

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



Світ економічної науки

Збірник тез міжнародної
науково-практичної
інтернет-конференції

Випуск 12

19 березня 2019р.



Тернопіль 2019

"Світ економічної науки. Випуск 12": матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. - Тернопіль, 2019. – 58 с.

УДК 330 (063)
ББК 65я431

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Світ економічної науки. Випуск 12», 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:
46005, Україна, м. Тернопіль, а/с 797
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

Kravchenko S. A. **METHODOLOGICAL BASES OF FORMATION
INNOVATIVE TERRITORIAL CLUSTERS.....6**

Гук Ольга Володимирівна, Гринчук Діана Русланівна
**АЛЬТЕРНАТИВНІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ
ПІДПРИЄМСТВ.....8**

Михайлов Сергій Володимирович, Ребенок Тетяна Сергіївна
**СУЧАСНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕНЬ ДИСТИЛЯТНИХ
ПАЛІВ.....10**

Менеджмент. Маркетинг

Tymchenko Oleksandr Petrovich **FORMING STRATEGY OF
DEVELOPMENT OF ALTERNATIVE ENERGY COMPANIES:
THEORETICAL ASPECTS.....13**

Брадулов Павло Олександрович, Ординський Володимир Ігорович
**НАПРЯМКИ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ РЕКЛАМИ ЩО
РОЗМІЩУЄТЬСЯ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ.....15**

Облік, статистика і аудит

Бакай Аліна Володимирівна **ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....21**

Гриненко Юлія Ігорівна **БЕНЧМАРКІНГ ДЛЯ ПОТРЕБ
ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ.....23**

Мамедов Велі Ейвазович НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....26

Економічний аналіз. Економіко-математичне моделювання

Воронюк Анна Леонідівна АНАЛІЗ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА.....31

Банківська справа

Болдова Антоніна Андріївна, Панчук Карина Петрівна НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ БАНКІВСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ.....34

Олісейчик Аліна Юріївна, Рядняна Ганна Олександрівна ВАЛЮТНИЙ КОНТРОЛЬ У СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ.....36

Податкова система. Бюджетна система. Правові відносини в економічній системі

Волобуєва Юлія Володимирівна ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРЕСИВНОЇ ШКАЛИ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИ СПЛАТІ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ.....39

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

Андрусяк Наталія Олександрівна ОБГРУНТУВАННЯ АКТУАЛЬНОСТІ СТРАТЕГІЇ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ.....43

***Краснова Маргарита Євгенівна* ПРОБЛЕМАТИКА
ЗАПРОВАДЖЕННЯ АГРАРНИХ РОЗПИСОК В УКРАЇНІ.....46**

Світова економіка та міжнародні відносини

***Сліпак Інна Русланівна, Судак Наталія Володимирівна*
ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В
УКРАЇНУ.....50**

***Шкатула Вікторія Павлівна* УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ, ЯК
ВАЖІЛЬ СПРИЯННЯ ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ.....52**

Економічна наука та освіта

***Зіброва Олена Володимирівна* СОЦІАЛЬНА
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО
ЗАКЛАДУ.....56**

METHODOLOGICAL BASES OF FORMATION INNOVATIVE TERRITORIAL CLUSTERS

Kravchenko S.A.

The Doctor of Economics, The Kiev Cooperative institute of business and the right

Science development cluster interactions is connected with development of the theory of a network and the theory the theory innovative clusters as flexibility of organizational structure cluster and escalating value of the social capital and social responsibility can be a basis of adjustment of steady interactions within the limits of spontaneous cluster. There is a uniform important tendency in development of the given theory which is expedient for designating as «clusterization professional work» which represents the effective form of interaction of the managing subjects, considering interests of all partners, the complete flexible system of cooperation directed on perspective interaction having in the basis, instead of on achievement one moment result. Thereupon expedient research of features «innovative territorial cluster» which represents the association aimed at achievement sin energy of effect is represented, differing, in our opinion, from branch that can be, both formal, and informal depending on market condition.

It is possible to allocate some factors, making direct impact on potential possibility of formation and development cluster formations. It is possible to carry to the most powerful factors: a competitive situation in the market, presence or absence of entrance barriers in already existing clusters, legislatively-legal base and investment appeal of branch or region. Being based on researches in area cluster interactions of Institute of strategy and competitiveness of the Harvard business school [1, 2] taking into account domestic experience it is possible to draw following conclusions: 1. Presence cluster interactions is in a greater degree characteristic for the developed countries in the branch markets with an average on economy in the size of entrance barriers; 2. Territorially majority cluster interactions is located in large megacities as despite

development of network information economy still, as well as at the time of K. Marx, the infrastructure level of development is the important factor at a choice of territorial positioning; 3. cluster formations of the developed countries are characteristic presence of the limited number of managing subjects that presence of entrance barriers on the branch market in many respects speaks.

Theoretical and practical features of formation clusters consist in the following: cluster interaction, possessing extensive cumulative effect, promotes development of economy of separate region or host country; in a modern economic situation it is necessary to consider not only distribution of competitive forces, but also to carry out the segmentary analysis of possibilities of the network market, and also to be based at decision-making on uniform strategy of development cluster formations; taking into account the theory of innovative system obviously that modern cluster formation necessarily should include, besides the organization's of a commercial orientation, the organization of an educational orientation for the purpose of reception of additional competitive advantages in process of working out and a substantiation of new ideas scientific structures, and also for the purpose of activity improvement of quality cluster in whole and its separate elements; cluster interaction leads to improvement of quality given by participants cluster production and services, thanks to the account of requirements of consumers of all participants cluster by closer inside cluster interactions in comparison with other market counterparts; thanks to social inside cluster to the capital and arising corporate social responsibility activity cluster makes positive impact on development of competitive relations on a market segment.

The list of the used literature:

1. Solvell, O. The Cluster Initiative Greenbook CIND / O. Solvell. – Uppsala University, ISC, Harvard Business School, TSI Global Conference, Gothenburg, 2012. – 146 s.
2. Boekholt, P. 'Public Policies to Facilitate Clusters: Background, Rationale and Policy Practices in International Perspective', in OECD, Boosting Innovation: The Cluster Approach, OECD / P. Boekholt, B. Thuriaux. – Paris. – 2000. – P. 37-50.

АЛЬТЕРНАТИВНІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Гук Ольга Володимирівна

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

Гринчук Діана Русланівна

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

Як для вітчизняної економіки, так і для економіки іншої країни особливо актуальними є питання забезпечення необхідними фінансовими ресурсами діяльності інноваційного підприємства. Проте, останні дослідження та статистика свідчать, що у більшості підприємств, які займаються інноваційною діяльністю, відсутні необхідні фінансові ресурси, а традиційні джерела фінансування не завжди є вигідними та доцільними для них, тому сьогодні актуальним залишається дослідження та залучення альтернативних джерел фінансування.

Аналіз зарубіжних публікацій свідчить, що прискорення темпів зростання виробничої потужності та збільшення обсягу виробництва продукції та послуг стає неможливим за умов використання лише власних та частково залучених джерел фінансування [1, с. 184]. За останні десятиріччя особливої популярності набуло онлайн-фінансування як альтернативне джерело фінансового забезпечення інноваційних підприємств. Розглянемо альтернативні джерела фінансування, що застосовуються у сфері малого підприємництва і мають на меті збільшення основного та оборотного капіталу [2]:

- **Peer-to-peer** позики, що в перекладі з англійської означає позики від людини до людини (person to person). Це пряма позика від особи/групи осіб, які інвестують власні кошти без посередника, тобто без участі банку; часто таких людей називають бізнес-ангелами;
- **балансові позики для бізнесу**, які передбачають здійснення кредитування на онлайн-платформах за рахунок списання суми позики з балансу організації, яка управляє даною онлайн-платформою;

- акціонерний краудфандинг – акумулювання фінансових коштів великого числа осіб з використанням Інтернет ресурсів для фінансування різних підприємств в обмін на дивіденди, акції або право на участь в управлінні;

- краудфандинг з відсутністю винагороди, основним завданням якого є залучення фінансових ресурсів на безоплатній і безповоротній основі, при умові, що в отримувачів (розпорядників) фінансових коштів відсутні боргові зобов'язання перед інвесторами;

- «онлайн-факторинг», за допомогою якого здійснюється продаж підприємством наявних рахунків-фактур з використанням онлайн-платформи [3].

Досвід іноземних інноваційних підприємств доводить, що сьогодні існує достатня кількість альтернативних джерел фінансування – краудфандингові майданчики, бізнес-ангели, венчурні фонди. А безпосередня структура джерел формування фінансових джерел залежить в основному від організаційно-правової форми та розміру підприємства, стадії життєвого циклу та напряду використання фінансових ресурсів [4, с.95].

Таким чином, використання сучасних форм фінансових ресурсів таких як: краудфандинг та «онлайн-факторинг» стають альтернативними джерелами фінансування іноваційно-орієнтованих вітчизняних підприємств і сприяють їх розвитку.

Список використаних джерел:

1. Сирветник-Царій В.В. Сучасні реалії фінансового забезпечення розвитку малого підприємництва в Україні / В.В. Сирветник-Царій // Економіка і суспільство. – 2016. – № 2. – С. 181–187. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/33.pdf

2. Pushing Boundaries: The 2015 UK Alternative Finance Industry Report / [В. Zhang, Р. Baeck, Т. Ziegler, J. Bone, К. Garvey]. – February 2016. – 56 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin>

3. Рубанов П.М. Альтернативне онлайн-фінансування для малого підприємництва: кросс-країновий аналіз / Інтелект XXI № 5 '2017. –

[Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2017/2017_5/17.pdf

4. Ковтуненко К.В. Використання краудфандінга як інструменту фінансування інноваційних проектів / К.В. Ковтуненко, О.В. Нестеренко // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – №15. – С. 14-20.

СУЧАСНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕНЬ ДИСТИЛЯТНИХ ПАЛИВ

Михайлов Сергій Володимирович

кандидат технічних наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Київський кооперативний інститут бізнесу і права

Ребенок Тетяна Сергіївна

Київський кооперативний інститут бізнесу і права

До дистиліатних палив нафтових належать бензини, керосини, газойль та дизельні [1].

В Україні бензини для карбюраторних двигунів виготовляють за ДСТУ 4839:2007, Білорусі – СТБ 1656-2011, РФ — ГОСТ Р 51105-97, ГОСТ Р 51866-2002; ці документи відповідають європейській нормалі EN 228:2008 [2].

Експлуатаційні характеристики бензинів визначаються детонаційною стійкістю, об'ємною часткою вуглеводнів, бензолу, органічних кисневмісних сполук тощо. Корозію паливної системи автомобіля можуть спричинити продукти згоряння сірки; показник її вмісту регламентується для I і II типу бензину відповідно [3].

Дизельні палива виготовляють за ДСТУ 4840:2007 [4]. Вміст масової частки сірки у дизельних паливах регламентовано: цей показник не повинен перебільшувати 0,001 і 0,005% для палив стандартів Євро-5 і Євро-4 відповідно [5, 6]. Нині в Україні діють норми Євро-5; питання переходу до Євро-6 буде розглянуто у 2020 р.

Крім показників екологічності якість дизельного палива визначається й ступенем впливу на металеві частини двигуна, який

оцінюють показником "корозія мідної пластинки" методом ISO 2160:1998 (ДСТУ EN ISO 2160:2012) та ASTM D 130-18 [7]. Сутність метода – визначення зовнішніх змін мідної пластинки після її витримки (3 год \pm 5хв) у нагрітому (до 50°C) паливі.

Показник "вміст води" визначають стандартними методами [8, 9]. Зазначені методи передбачають застосування відповідного обладнання і непридатні для експресаналізу якості палив на АЗС.

За умови промислового виробництва бензину (перегонка нафти при температурах 33-205°C) і його виготовлення малими підприємствами зберігається висока ймовірність потрапляння води до кінцевого продукту. Крім того, частка води в бензинах за різних причин може збільшуватися на шляху до кінцевого споживача.

Для підвищення октанового числа автомобільних бензинів малі підприємства-оператори на ринку нафтових палив можуть уводити до їх складу різноманітні присадки (МТБЕ, ЕТБЕ, МТАЕ, етанол тощо), що мають здатність до утворення азеотропних сумішей.

Аналіз нормативних документів свідчить, що метод визначення вмісту води в автомобільних бензинах відсутній. Фільтраційний метод визначення вмісту води в автомобільних бензинах з використанням мембранних фільтрів можна вважати альтернативою наведених стандартних методів оцінювання якості нафтових палив, проте він також має недоліки.

Наявність зв'язаної води зазвичай призводить до виходу з ладу паливної системи транспортних засобів, корозії їх металевих частин під час тривалого зберігання тощо.

У національних стандартах відсутня вимога щодо визначення впливу дистилатних палив на неметалеві матеріали, з яких складається паливна система транспортних засобів. До таких матеріалів належать полімерні, на основі гуми та їх комбінації. Оскільки сполуки, з яких складаються нафтові палива, здатні впливати на неметалеві елементи паливної системи транспортних засобів, то повинні існувати аргументовано розраховані норми цього впливу і, відповідно, метод його визначення.

Отже, розроблення методології визначення вмісту води і впливу дистилатних палив на неметалеві елементи паливної системи

транспортних засобів для національного ринку залишається актуальною проблемою.

Список використаних джерел:

1. ISO 8216-3:1987 Petroleum products -- Fuels (class F) -- Classification -- Part 3: Family L (Liquefied petroleum gases). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.iso.org/standard/15315.html>.
2. EN 228:2008 Automotive fuels - Unleaded petrol - Requirements and test methods. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.envirochem.hu/www.envirochem.hu/documents/EN_228_benzin_JBg37.pdf.
3. ДСТУ EN ISO 2160:2012. Нафтопродукти. Метод визначення корозійної дії на мідну пластинку (EN ISO 2160:1998, IDT). – К. : Держспоживстандарт України, 2012. – 20 с.
4. ДСТУ 4840:2007 Паливо дизельне підвищеної якості. Технічні умови. – К. : Держспоживстандарт України, 2007. – 12 с.
5. ДСТУ ISO 20846:2009 (ISO 20846:2004, IDT) Нафтопродукти. Визначення вмісту сірки в автомобільному пальному методом ультрафіолетової флуоресценції. – К. : Держспоживстандарт України, 2009. – 12 с.
6. ДСТУ ISO 20847:2009 (ISO 20847:2004, IDT) Нафтопродукти. Визначення вмісту сірки в автомобільному пальному методом рентгено-флуоресцентної спектрометрії з дисперсією за енергіями. - К. : Держспоживстандарт України, 2007. – 10 с.
7. ASTM D130 – 18 Standard Test Method for Corrosiveness to Copper from Petroleum Products by Copper Strip Test. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.astm.org/Standards/D130.htm>.
8. ГОСТ 2477-2014 Нефть и нефтепродукты. Метод определения содержания воды. – М. : Стандартинформ, 2018. – 9 с.
9. ДСТУ ISO 12937:2012 (ISO 12937:2000, IDT). Нафтопродукти. Визначення води методом кулонометричного титрування за Карлом Фішером. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://online.budstandart.com/ru/catalog/doc-page?id_doc=53226.

FORMING STRATEGY OF DEVELOPMENT OF ALTERNATIVE ENERGY COMPANIES: THEORETICAL ASPECTS

Tymchenko Oleksandr Petrovich

PhD student, department of management, Faculty of Economics and Business, Kyiv National University of Technology and Design

Alternative energy companies are drivers of the development of most developed countries. Energy independence of any country should be ensured, first of all, at the expense of renewable sources, since the ecological impact of such generation on the environment is absent. At the same time, with regard to Ukraine, it can be noted that the Energy Strategy up to 2030 envisages an increase in the share of renewable sources of generation to 20%, which in turn requires the use of a strategic approach to the formation of strategies for the development of such enterprises, taking into account international standards and technologies.

A variety of methodologies for developing development strategies, as well as the approaches themselves to the definition of the concept of "development", indicates the lack of a systematic understanding of these concepts. The author proposes to use a balanced approach to the methodology formation for the enterprises of alternative energy sector of Ukraine, which will enable to realize the purpose of energy development in general - energy security and the transition to energy efficient and energy efficient use and consumption of energy resources with the introduction of innovative technologies [1]. Taking into account the fact that Ukraine has high energy intensity of GDP (Fig. 1), changing the technology of strategy formation for alternative energy companies will have a positive effect on the economy as a whole.

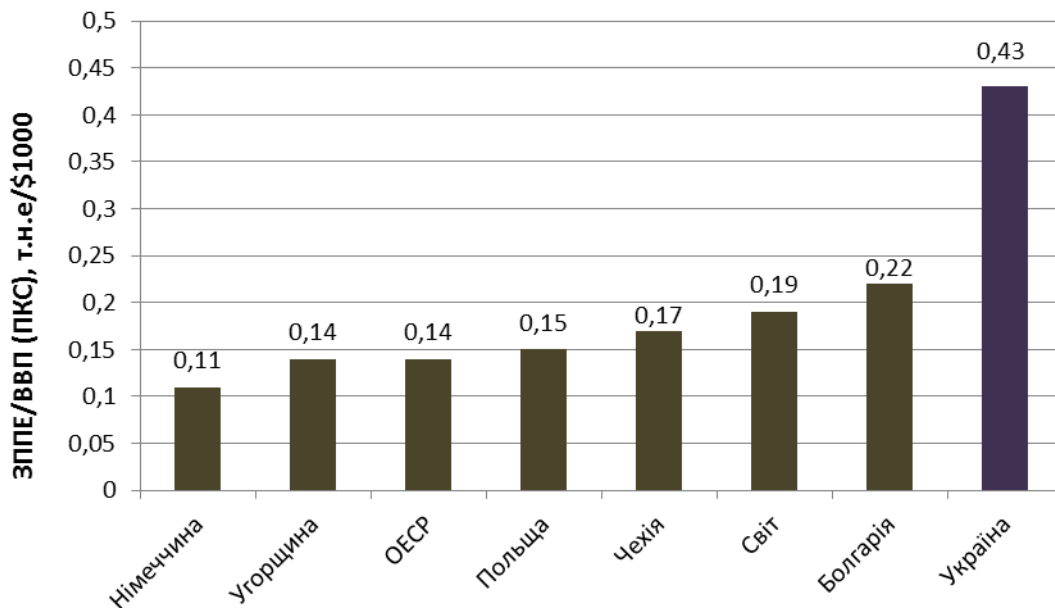


Fig. 1. Comparison of energy intensity of GDP of Ukraine and countries of the world (according to Key World Energy Statistics 2013, IEA)

Therefore, given that the share of renewable energy in final consumption is about 4%, when establishing transparent business rules, reducing barriers to entry into this business, the financial and operational stability of the integrated grid will facilitate the testing of modern technologies for shaping the development strategy Alternative Energy Companies in Ukraine.

References:

1. Energy Strategy of Ukraine for the period up to 2035 "Safety, Energy Efficiency, Competitiveness" [Electronic resource]. - Mode of access: [/www.mpe.kmu.gov.ua/](http://www.mpe.kmu.gov.ua/)

НАПРЯМКИ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ РЕКЛАМИ ЩО РОЗМІЩУЄТЬСЯ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Брадулов Павло Олександрович

аспірант кафедри маркетингу, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Ординський Володимир Ігорович

аспірант кафедри маркетингу, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто основні напрямки контролю якості показу оголошень при проведенні рекламних кампаній в мережі Інтернет. Проаналізовані можливі способи контролю розміщення реклами з метою ефективного та безпечного просування продукції у віртуальному середовищі.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: Інтернет-маркетинг, Інтернет-реклама, Brand Safety, ad fraud, трафік.

Постановка проблеми.

Інтернет-реклама в Україні — це інструмент, використання якого є необхідною умовою ефективного створення та підтримки іміджу компанії і просування торгової марки на ринку чи отримання доходу. У контексті актуальних на сьогоднішній день процесів, пов'язаних з поширенням шахрайства в мережі Інтернет, використанням спеціальних програм, що дозволяють проводити маніпуляції з трафіком, появою нових загроз репутації брендів, все більше уваги рекламодавці починають приділяти контролю за місцем та результатами розміщення рекламних оголошень.

В результаті виникає необхідність розробки та прийняття спеціальної політики по розміщенню реклами в мережі Інтернет. Основою такою політики має стати комплекс заходів щодо використання відповідних інструментів контролю і моніторингу розміщення реклами, які в сукупності дозволять підвищити цінову ефективність рекламних кампаній та попередити можливі загрози бренду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні засади інтернет-маркетингу та особливостей проведення рекламних

кампаній у мережі Інтернет відображено в наукових працях таких учених-економістів, як Д. Белл, І. Бойчук, І. Васильєва, Ф Гурова, Д. Забегалін, М. Івченко, Т. Козлова, П. Маурус, М. Окландер, В. Пилипчук, Дж. Райт, Р. Ріддік, А. Шеремет. Разом з тим, теоретичне та прикладне обґрунтування місця і ролі Інтернет-реклами, як нового інструмента маркетингових комунікацій в Інтернеті в умовах розвитку інформаційного суспільства, залишаються предметом наукового дослідження.

Мета і завдання статті: Метою статті є дослідження особливостей здійснення рекламних кампаній в мережі Інтернет у контексті уникнення загроз бренду та шахрайства, розроблення алгоритму практичних дій щодо реалізації заходів по контролю та моніторингу за розміщуваною рекламою у віртуальному середовищі.

Виклад основного матеріалу. У серпні 2017 року Інтернетом в Україні користувались 22 мільйони людей: 19,3 млн. відвідували сайти на ПК, 10,5 млн. – на мобільних телефонах, 2.6 млн. – на планшетах. Лише ПК для виходу в Інтернет використовували 48% всієї інтернет-аудиторії, лише мобільні пристрої (і телефони, і планшети) – 13%. 8.9 млн. людей у серпні виходили в мережу з ПК та мобільного пристрою (Рис.1).

В середньому користувач Інтернету витратив 25 годин на мережу в місяць з комп'ютерів чи ноутбуків/нетбуків.

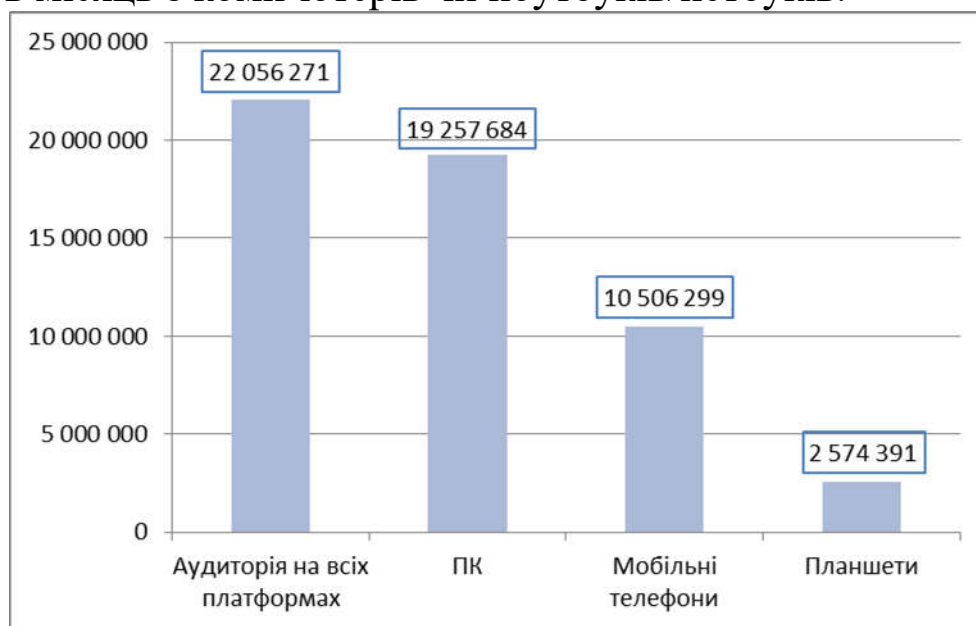


Рис.1. Розподіл кількості сгенерованих українцями переглядів між пристроями у серпні 2017 року

Інтернет створив принципово нову платформу, віртуальний простір, в якому будь-які суб'єкти можуть повноцінно отримати доступ до широкої аудиторії реальних користувачів для реклами своїх товарів чи послуг, вести власну діяльність для реалізації цілей та інтересів, маючи повний функціонал, що дозволяє спроектувати або ж повністю замінити процеси реального виміру.

Завдяки такій особливості всесвітньої мережі відбувається її глобальна інтеграція з бізнесом. Все більше компаній розуміє, що інтернет дає їм доступ до значної кількості потенційних споживачів їхньої продукції, яка постійно зростає. Крім того, компанії мають широкі функціональні можливості для маркетингової діяльності в мережі, використовуючи їх у відповідності з власними потребами.

З розвитком тенденцій до монетизації можливостей Інтернету та використання його у цілях ведення бізнесу, з'являються нові вимоги до контенту, що розміщується на веб-ресурсах та якості їх трафіку. У результаті на ринку інтернет-реклами починають розвиватись наступні тенденції у сфері контролю якості розміщення реклами:

- все більше брендів, що проводять рекламні кампанії в мережі Інтернет, розробляють та встановлюють високі стандарти якості розміщуваних рекламних оголошень;

- зростають витрати брендів на розміщення реклами в інтернеті, одночасно із зростанням кількості суб'єктів, які вдаються до шахрайства. При цьому, кількість способів здійснення шахрайства також збільшується;

- з'являється все більше суб'єктів, які вкладають кошти в інструменти перевірки та контролю розміщених рекламних оголошень.

Існують чотири основні напрямки по яким бренди можуть здійснювати перевірку реклами, що розміщуються ними в інтернеті.

Ad fraud. Передбачає здійснення контролю за розміщенням реклами з метою виявлення фроду. Підтвердженням наявності фроду на ресурсах, де відбувається розміщення реклами буде виявлення наступних елементів.

- оголошення розміщуються на сайтах, що містять шкідливе рекламне та програмне забезпечення;

- оголошення невидимі для користувача;

- трафік переадресовується на невідповідні сайти;

- трафік не є реальним, а сгенерований комп'ютерами;
- кліки здійснюються комп'ютерними програмами.

Brand Safety. Являє собою забезпечення здійснення показу реклами поряд з таким контентом, який не містить репутаційних загроз бренду рекламодавця.

З цією метою при розміщенні реклами необхідно передбачити і виключити наступні три ризики:

- спричинені невідповідними суміжностями;
- пов'язані з правовими нормами законодавства;
- викликані наявністю асоціацій, шкідливих для бренду.

Додатково до вищезазначених ризиків в категорії Brand Safety можна додати наступні:

- пов'язані з особливостями дозволених/заборонених ключових слів;
- пов'язані з особливостями використання Blacklists/Whitelists;
- визначені відповідністю ГЕО-локації користувача.

Крім цього, для багатьох компаній, в першу чергу міжнародних, при розміщенні реклами важливим є уникнення показу реклами поряд з контентом для дорослих, контентом що містить образи, жорстокість, пропаганду алкоголю, наркотичних речовин, нелегальним контентом тощо. В залежності від інтересів рекламодавця рівень ризику кожного із указаних параметрів може варіюватися, тому одні компанії можуть розміщувати рекламу на ресурсах з різними видами контенту, тоді як інші будуть намагатися уникати певні його категорії, спеціально підбираючи для цього відповідні рекламні площадки.

Viewability. Це показник онлайн-реклами, який показується відсоток показів, який насправді може бути видимий для користувачів. Наприклад, якщо оголошення завантажилось внизу веб-сторінки, але користувач не прокручує сторінку вниз достатньо далеко, щоб його побачити, то таке оголошення буде вважатися не видимим.

Відображення у видимій частині екрану виглядає таким чином: принаймні 50% від показаного оголошення має бути в фокусі на видимому просторі веб-сторінки браузера, принаймні впродовж однієї секунди (визначення MRC).

Тому для рекламодавців важливим є реалізація механізму блокування показів, які відбуваються в невидимому просторі веб-сторінок, щоб не здійснювати оплату неефективних показів реклами.

Geo-targeting. Являє собою метод визначення місця розташування відвідувача веб-сайту з метою вибору вмісту реклами, що буде йому показуватись на основі отриманих даних місцезнаходження.

Базовими характеристиками Гео-таргетингу є наступні:

- географічне націлювання спрямоване на покращення ефективності рекламних кампаній. Наприклад, якщо товаром є квиток Київ-Львів, то швидше його буде продати тому, хто знаходиться в одному з указаних міст.

- система не є точною на 100 відсотків. Неточності трапляються тоді, коли користувачі використовують проксі-сервери або інший інструмент IP-маскування.

Для реалізації політики компанії по підвищенню ефективності рекламних кампаній в інтернеті у контексті контролю якості рекламних оголошень, контенту та трафіку, з точки зору наведених напрямків такого контролю, Рекламодавець має здійснити наступні кроки.

1. Обрати спосіб контролю за розміщенням реклами. Це може бути збір статистики або блокування нерелевантних показів.

2. Проінформувати Паблішера про намір контролю якості розміщення реклами.

3. Надати Паблішеру коди (tags) по яким відбуватиметься збір статистики або блокування показів.

4. Розпочати проведення рекламної кампанії з використанням даних кодів.

5. Провести аналіз результатів розміщення по отриманим статистичним звітам.

6. Прийняти рішення про оплату розміщення реклами на основі отриманих даних.

Таким чином, Рекламодавець може не тільки покладатися на інформацію від Паблішера, що його реклама розміщується на відповідних сайтах з релевантним та безпечним контентом, а й має можливість додатково здійснювати контроль за розміщенням реклами зі своєї сторони.

Висновки. Отже, чому рекламодавці мають здійснювати контроль розміщення реклами за наведеним напрямками?

Тому що наявність фроду означає недійсний трафік. Рекламодавці не повинні оплачувати його. Блокування реклами для такого трафіку підвищує цінову ефективність (cost effectiveness).

Brand Safety має вирішальне значення для відомого бренду. Тому його рекламні оголошення мають бути розміщені тільки безпечному і релевантному середовищі.

Прийняті вірні налаштування Гео-таргетингу мають позитивний вплив на цінову ефективність рекламної кампанії.

Видимість рекламного оголошення є важливим фактором, що має бути обговореним у ході переговорного процесу з суб'єктами, що розміщують рекламу. Адже тільки покази, що насправді видимі користувачам, мають бути оплаченими.

Список використаних джерел:

1. Главное о рынке digital-рекламы в 2016-2017 году [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://blog.relap.ru/2016/11/ads-trends>— Заголовок з екрану.
2. QFINANSE Dictionary / Business Dictionary Onl Financial Dictionary Online — QFINANSE [Електронний ресурс] / Qfinance — The Ultimate Online Financial Resource. Business, economics, banking terms and accounting dictionary and glossary, 2012 — Режим доступу: <http://www.qfinance.com/dictionary/digital-economy>. — Заголовок з екрану. — мов. англ.
3. Тренды digital-рекламы в 2017 году [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://vc.ru/p/digital-trends-2017>. — Заголовок з екрану.
4. Интернет-реклама. Теория и практика рекламной деятельности. 2015 г. [Електронний ресурс] / Индустрия рекламы. — Режим доступу: <http://adidustry.ru/internet-advertising>. — Заголовок з екрану.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Бакай Аліна Володимирівна

*магістр, Центральноукраїнський національний технічний
університет*

В узагальненому розумінні податковий менеджмент являє собою процес управління податковою системою з метою реалізації податкової політики держави. На макроекономічному рівні його ціллю є забезпечення дохідної частини бюджету з урахуванням впливу законодавчо закріплених підходів в оподаткуванні на розвиток економіки, на мікроекономічному рівні – своєчасне та повне виконання зобов'язань платника податків відповідно до законодавства, ефективне планування податків, раціональна організація обліку та контролю у сфері оподаткування, аналіз податкового навантаження на суб'єкт господарювання.

Потреба в раціональній організації обліково-аналітичного забезпечення податкового менеджменту обумовлюється необхідністю посиленого контролю за дотриманням суб'єктом господарювання норм податкового законодавства. Платник податків зобов'язаний вести облік в установленому порядку, складати податкову звітність та подавати її до контролюючих органів, сплачувати податки у повному обсязі та у встановлені строки, забезпечувати збереження документів, пов'язаних з виконанням податкових зобов'язань.

Важливою складовою податкового менеджменту на мікроекономічному рівні є організаційне забезпечення етапів створення інформаційного ресурсу за результатами обліку та аналізу господарських операцій, які формують окремі об'єкти оподаткування та узагальнені показники податкової звітності. Так, облік у сфері оподаткування являє собою впорядковану систему збору, реєстрації, узагальнення, зберігання та передавання інформації для розрахунку податкових платежів. Його загальну структуру представлено на рис. 1 [1, с. 27].

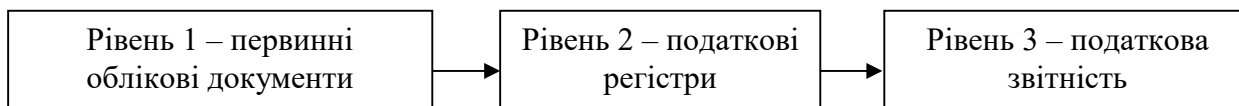


Рис. 1. Ієрархічна структура обліку у сфері оподаткування

Вагома роль у забезпеченні ефективності функціонування системи податкового менеджменту відводиться економічному аналізу, який доцільно здійснювати поетапно (рис. 2).

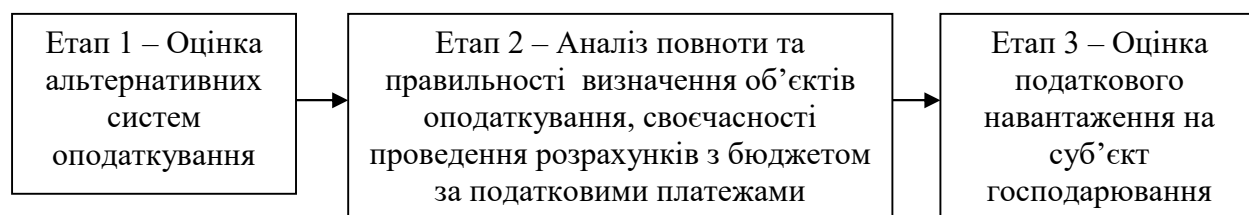


Рис. 2. Організаційна модель аналізу податкових платежів суб'єкта господарювання

Отже, обліково-аналітичне забезпечення податкового менеджменту базується на системному підході [2], який дає змогу обґрунтовувати вибір альтернативних схем оподаткування та методів обліку у сфері оподаткування, застосовувати економіко-математичні методи при вирішенні питань оптимізації податкових платежів, ефективно управляти суб'єктом господарювання.

Список використаних джерел:

1. Максимова В.Ф. Облік у системі оподаткування / В.Ф. Максимова, О.В. Артюх : Навч. посібник – Одеса: ОНЕУ, ротапринт, 2013. – 267 с.
2. Кузьменко Г.І. Принципи формування системи інформації про податковий потенціал підприємства та оцінка її ефективності / Г.І. Кузьменко, А.М. Лисенко // Теоретичні та прикладні питання економіки : збірник наукових праць, вип. 1 (30). – К.: КНУ ім. Т.Г. Шевченка, 2015. – С. 301-313.

Науковий керівник: Лисенко Алла Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, Центральноукраїнський національний технічний університет

БЕНЧМАРКІНГ ДЛЯ ПОТРЕБ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Гриненко Юлія Ігорівна

*аспірантка, Київський національний економічний університет імені
Вадима Гетьмана*

Проведення бенчмаркінгового аналізу є невід'ємною частиною документації з трансфертного ціноутворення та підставою для коригування контрольованих операцій до рівня, розрахованого за принципом «вितягнутої руки». Неподання документації або подання неповної документації (наприклад, без проведення бенчмаркінгового аналізу) може призвести до застосування штрафних санкцій проти платника податку та збільшує його податкові ризики.

Окрім обов'язкового характеру, дослідження бенчмаркінгу може використовуватися для вивчення рівня ціни та прибутковості у сегменті діяльності компанії, визначення стратегічних планів або спостереження за діяльністю конкурентів [1].

Бенчмаркінговий аналіз як частина документації за трансфертними цінами служить для підтвердження того, що ціни, застосовані в угодах між взаємозалежними особами, відповідають рівню, що застосовуються в аналогічних ринкових контрактах, сторони яких не є взаємозалежними. Ретельний аналіз порівняльних даних контрольованих операцій, що не є пов'язаними особами з максимально близькими комерційними і фінансовими характеристиками господарської діяльності, виступає елементом внутрішнього контролю підприємця від негативних податкових наслідків.

Бенчмаркінговий аналіз здійснюється за двома напрямками:

- 1) аналіз інформації про зіставні неконтрольовані операції платника податків або такі операції його контрагента, у тому числі залежно від обраної сторони для тестування (для методу рентабельності);
- 2) аналіз інформації будь-яких інформаційних джерел, що є загальнодоступними та надають інформацію про зіставні операції та осіб.

У рамках підготовки проведення бенчмаркінгового аналізу здійснюється аналіз діяльності підприємства, зокрема, аналізуються такі аспекти порівнянності [2]: властивості товарів, послуг або інших зобов'язань, в тому числі фізичні характеристики цих товарів: їх якість, довговічність, доступність, обтяження правами третіх осіб, доступність товарів для осіб, які не є взаємозалежними, очікувана вигода, пов'язана з використанням товарів підприємцем; функції, які виконують сторони контрольованої операції (з урахуванням активів, що використовуються, та взятих на себе ризиків), тобто функціональний аналіз; умови контрактів контрольованих операцій; економічні обставини сторін, ситуація в галузі, в якій клієнт здійснює підприємницьку діяльність; виробничі стратегічні цілі сторін операції.

За результатами бенчмаркінгового аналізу контрольованих операцій формується діапазон рентабельності контрольованої операції, встановленої відповідно до принципу «витягнутої руки». Статистично цей діапазон являє собою діапазон значень ціни або прибутку, в аналогічних ринкових контрактах, сторони яких не є взаємозалежними.

Для проведення бенчмаркінгового аналізу використовуються професійні бази даних, що дозволяють проводити відбір підприємств по предмету підприємницької діяльності, фінансовим даним непов'язаних осіб, а також інструментам, призначеним для аналізу окремих видів діяльності, наприклад, на фінансових ринках.

Законодавством визначено порядок використання джерел інформації для бенчмаркінгового аналізу та встановлення відповідності умов контрольованої операції принципу «витягнутої руки». Основною вимогою норми є використання як контролюючим органом, так і платником податків джерел інформації, які містять відомості, що дають змогу зіставити комерційні та фінансові умови контрольованої операції [3].

Бенчмаркінговий аналіз контрольованих операцій використовує такі інформаційні бази даних, як BloombergProfessional, Thomson Reuters Eikon, CBonds («СБондс-Україна»), RoyaltyStat бази Amadeus, а також модуль TP Catalyst, Orbis, Ruslana (бюро «ВанДейк»), Спарк («Інтерфакс»), що містять відомості щодо фінансових даних

компаній, ставок роялті, відсоткових ставок за фінансовими інструментами. Інформація, яка міститься у цих базах даних, не належить до конфіденційної, таємної або службової інформації та є загальнодоступною.

Проведення бенчмаркінгового аналізу можливо поділити на наступні етапи:

1. Визначення часового діапазону контрольованої операції, який необхідно дослідити.

2. Розуміння контрольованої операції, яка перевіряється, що базується, зокрема, на функціональному аналізі, виборі фінансового індикатору, який перевірятиметься (у випадку методу прибутку від операцій), та визначення істотних факторів порівнянності контрольованої та неконтрольованої операції.

3. Опрацювання наявних джерел інформації щодо ознак порівнянності неконтрольованих операцій.

4. Вибір найбільш доречного методу трансфертного ціноутворення та, залежно від методу, встановлення відповідного фінансового індикатору (наприклад, розрахунок відповідного індикатору чистого прибутку у випадку методу чистої маржі від операцій).

5. Ідентифікація (визначення) потенційних ознак порівнянності: визначення ключових характеристик, яким повинні відповідати будь-які неконтрольовані операції з метою розцінення її як потенційно порівнянної, базуючись на відповідних факторах, визначених на другому етапі.

На практиці цей процес не є лінійним. Зокрема, деякі етапи можуть проводитись декілька разів до отримання задовільного висновку, тобто поки не буде обрано найбільш доречний метод, особливо у тих випадках, коли оцінювання доступних джерел інформації може впливати на вибір методу трансфертного ціноутворення. Наприклад, у випадках, коли неможливо знайти інформацію щодо порівнянних операцій та/або зробити досить точні коригування, платник податків може обрати інший метод трансфертного ціноутворення та повторити наведений процес знову.

Бенчмаркінговий аналіз є невід'ємним кроком процесу трансфертного ціноутворення. Його можна охарактеризувати як

аналіз промисловості, конкуренції, економічних та регуляторних факторів та інших елементів, які впливають на платника податків та його середовище, а не лише у контексті розгляду окремих операцій, які досліджуються. Бенчмаркінговий аналіз допомагає зрозуміти умови, які необхідно порівняти у контрольованих операціях платника податків та неконтрольованих операціях.

Список використаних джерел:

1. OECD Discussion draft on transfer pricing documentation and CbC reporting [Electronic resource]: [Website]. – Electronic data. – Mode of access: <http://www.oecd.org/>
2. Настанови ОЕСР щодо трансфертного ціноутворення для транснаціональних компаній та податкових служб / [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/>
3. Податковий кодекс України (зі змінами та доповненнями) / Верховна Рада України. [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Київ : Верховна Рада України, 1994-2018. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>

Науковий керівник: Петрик Олена Анатоліївна, доктор економічних наук, професор, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Мамедов Велі Ейвазович

*студент магістратури, спеціальність «Облік і оподаткування»,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

Нині в Україні особливого значення набуває розвиток малих підприємств, які в свою чергу розвивають економіку країни. Розширення сектора малого підприємництва сприяє зростанню виробництва, збільшенню зайнятості населення, відповідно

підвищенню його доходів та сукупного попиту, впровадженню нових інновацій. Важливим фактором розвитку малого підприємництва є прийнятна для ефективного функціонування спрощена система оподаткування, обліку та звітності.

До суб'єктів малого підприємництва належать: юридичні та фізичні особи-підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро [1].

Відповідно до Податкового кодексу України суб'єкт господарювання може перебувати на загальній системі оподаткування своїх доходів і на спрощеній, якщо виконуються умови згідно із ст.291 ПКУ:

- 1 група платників єдиного податку – фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих працівників, здійснюють продаж товарів з торговельних місць на ринках, господарську діяльність з надання побутових послуг населенню, обсяг річного доходу яких не перевищує 300 тис. грн.;

- 2 група – фізичні особи-підприємці, які використовують працю не більше 10 найманих працівників, займаються наданням послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства, обсяг річного доходу яких не перевищує 1500 тис. грн.;

- 3 група – юридичні і фізичні особи-підприємці, обсяг річного доходу яких не перевищує 5000 тис. грн.;

- 4 група – сільськогосподарські товаровиробники, у яких сільськогосподарське товаровиробництво за рік більше або дорівнює 75%.

Головними відмінностями загальної системи оподаткування від спрощеної є право займатися будь-якою діяльністю, мати необмежену суму доходів та кількість найманих робітників. Перевагою загальної системи оподаткування також є те, що для підприємців, які тимчасово не планують займатися підприємницькою діяльністю не сплачуються податки, оскільки за такої умови підприємство не отримує прибутків.

Основною перевагою спрощеної системи оподаткування є зменшення податкового навантаження на підприємство, оскільки сплата окремих видів податків і зборів замінюється єдиним податком. Ставки єдиного податку для платників першої - другої груп встановлюються у відсотках до розміру мінімальної заробітної плати та третьої групи - у відсотках до доходу. Для фізичних осіб - підприємців, які здійснюють господарську діяльність фіксовані ставки єдиного податку встановлюються сільськими, селищними та міськими радами на календарний місяць (таблиця 1).

Таблиця 1

Ставка єдиного податку в залежності від груп платників

Група	I група: ФОП	II група: ФОП	III група: ФОП / ЮО	IV група: Сільгоспвиробники
Ставки ЄП	10% від мінімальної з/п	20% від мінімальної з/п	3% від доходу для платників ПДВ	в залежності від категорії земель, де базою оподаткування є нормативна грошова оцінка 1 га сільськогосподарських угідь (п.293.9 ПКУ).
			5% від доходу для не платників ПДВ	

Джерело: розроблено автором на основі джерела [2].

Не менш важливим є те, що платники єдиного податку першої і другої груп та платники єдиного податку третьої групи (фізичні особи - підприємці), які не є платниками податку на додану вартість ведуть облік таким чином: за підсумками робочого дня в Книзі обліку доходів щоденного відображаються отримані доходи. Платники єдиного податку третьої групи, які є платниками ПДВ, ведуть Книгу обліку доходів і витрат. Платники єдиного податку першої і другої груп зобов'язані подавати податкову звітність у формі Податкової декларації платника єдиного податку раз на рік, а для фізичних осіб-підприємців 3 групи – щоквартально.

Юридичні особи третьої групи платників єдиного податку ведуть спрощений облік доходів і витрат. Для ведення спрощеного обліку передбачено використання Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва, затвердженого наказом Міністерства фінансів України № 186. Зміст і форма фінансової звітності даних суб'єктів підприємницької діяльності встановлюється П(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва». Відповідно Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва складається з Балансу і Звіту про фінансові результати. Юридичні особи, які використовують спрощену систему оподаткування, складають також Податкову декларацію платника єдиного податку щокварталу.

Незважаючи на свої переваги, спрощена система оподаткування має і деякі недоліки. Спрощена система оподаткування деякою мірою стримує розширення підприємства, оскільки встановлює максимально можливі розміри обсягу доходу за календарний рік, а також є обмеження щодо кількості найманих робітників. Слід відмітити, що в п.291.5.1. ПКУ надається перелік видів діяльності, для яких заборонено використовувати спрощену систему оподаткування. Також, якщо підприємство перевищить норму обсягу доходу за календарний рік, тоді додатково сплачується 15% - для ФОП та подвійна ставка єдиного податку - для юридичних осіб. При перевищенні в календарному році доходу понад 1 млн. грн. платники єдиного податку I-II груп повинні застосовувати реєстратор розрахункових операцій розпочинаючи з першого числа першого місяця кварталу, наступного за виникненням такого перевищення, та продовжується у всіх наступних податкових періодах протягом дії свідоцтва платника єдиного податку [2].

Отже, спрощена система оподаткування, обліку і звітності значно збільшує ефективність роботи суб'єктів малого підприємництва через зменшення податкового навантаження і полегшує ведення обліку та подання звітності. Значна кількість підприємств вдало функціонує лише при застосуванні даної системи оподаткування. Незважаючи на свою привабливість для малого підприємництва, існують певні недоліки даної системи, зокрема,

через обмеження в річному обсязі доходу, кількості найманих робітників та дозволених видів діяльності підприємства відповідно не розширюються, не створюються додаткові робочі місця. Саме тому для розвитку малого бізнесу необхідно всіляко вдосконалювати спрощену систему оподаткування, обліку та звітності.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV(зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 №2755-VI (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http:// zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua)
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 "Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва" від 25.02.2000 р. № 39 (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.zakon4.rada.gov.ua>

Науковий керівник: Швець Віктор Григорович, доктор економічних наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

АНАЛІЗ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Воронюк Анна Леонідівна

студентка, Київський національний торговельно-економічний університет

Лісове господарство як галузь виробництва має свої особливості та специфіку. Це зумовлено перш за все тим, що діяльність підприємств у даному сегменті економіки охоплює значну кількість напрямків, серед яких можна виділити: сертифікацію лісів, охорону та захист лісу, будівництво лісових доріг, здійснення лісозаготівель, переробку деревини, заготівлю побічних лісових користувань та їх переробку (виробництво ефірних олій, фруктових соків та консервацій). Саме тому, застосування чіткого, ефективного та комплексного економічного аналізу формування собівартості продукції є дуже важливим для підприємств лісового господарства [1].

Крім того, проведені дослідження дозволили встановити, що рівень конкурентоспроможності підприємств лісового господарства в сучасних умовах господарювання залежить від здатності підтримувати оптимальний рівень собівартості лісопродукції. Оперативно проведений аналіз даного показника дозволяє з'ясувати тенденції та динаміку його зміни, визначити вплив факторів та, виходячи із отриманої інформації, дати оцінку роботи підприємства і встановити можливі причини збільшення собівартості лісопродукції.

Здійснення аналізу витрат та собівартості продукції лісового господарства складається із декількох етапів. Зокрема, на першому етапі необхідно оцінити обсяг фактично понесених витрат. Загальний обсяг витрат визначається їх кошторисом, що складається в цілому по підприємству на відповідний період (місяць, квартал). Операційні витрати обґрунтовуються виходячи із запланованого обсягу виробництва і реалізації продукції, чинних норм та нормативів витрат на одиницю виготовленої продукції. Варто звернути увагу на статті, які притаманні досліджуваній галузі, зокрема: витрати по утриманню

та будівництву лісових доріг, витрати на лісогосподарські роботи і послуги, виконані за власні кошти, витрати на догляд за лісом, затрати на сертифікацію лісів [2].

Наступним етапом аналізу є оцінка динаміки собівартості лісогосподарської продукції в цілому, а також за окремими видами. Аналіз на цій стадії дає змогу визначити характеристику тенденції змін у її собівартості, порівняти витрати на відповідні види лісопродукції та визначити найбільш і найменш рентабельну продукцію. Третій етап базується на аналізі динаміки питомих витрат для оцінки економічності як однієї зі складових ефективності управління бізнесом. Для цього розраховуються витрати на одиницю лісопродукції, робіт, послуг як в цілому, так і за видами витрат, наприклад, матеріаломісткість лісопродукції, трудомісткість виконання робіт та інше. Четвертий етап передбачає здійснення факторного аналізу впливу різних елементів витрат на собівартість лісопродукції та фінансові результати [2].

У ході здійснення аналізу витрат також доцільно звернути увагу на їх динаміку та проаналізувати негативні тенденції перевитрат (якщо такі виявлено) і визначити їх причини. В даному випадку витрати доцільно розглядати за елементами та окремими статтями як в цілому по підприємству, так і за структурними підрозділами. Варто зазначити, що у Методичних рекомендаціях з формування собівартості продукції (робіт, послуг) на підприємствах, що належать до сфери управління Держлісагентства, затверджених наказом Держлісагентства України від 14 травня 2013 р. № 124 наведено класифікацію витрат підприємств лісового господарства. Зокрема [3]:

- за місцем виникнення витрати можна поділити на витрати виробництва, цеху, дільниці, технологічного переділу, служби;
- за календарними періодами доцільно поділяти витрати на поточні, довгострокові та одноразові;
- за доцільністю витрачання витрати можуть бути продуктивні, непродуктивні та надзвичайні.

Крім того, під час проведення аналізу варто врахувати особливості сировини, що використовується на підприємствах лісового господарства. Це зумовлено тим, що деревина відноситься до матеріалів, розміри яких змінюються при зміні певних зовнішніх

факторів. Зокрема, при зниженні вологості спостерігається зменшення лінійних розмірів і об'єму деревини. Саме тому важливим завданням на цьому етапі є аналіз усіх зафіксованих випадків відхилень від норм природного убутку та визначення причини таких викривлень, а також розгляд шляхів їх усунення.

Заключним етапом аналізу витрат та собівартості продукції лісового господарства є прийняття управлінських рішень, спрямованих на зниження собівартості та забезпечення контролю за їх виконанням. До основних напрямків зниження собівартості лісопродукції відноситься: підвищення технічного рівня автоматизації виробництва, а також впровадження новітніх технологій виробництва; встановлення нових ліній по переробці деревини; зміна обсягу та структури продукції; скорочення витрат на сировину і матеріали, покращення умов їх зберігання [2].

Отже, чіткий аналіз формування собівартості продукції лісового господарства відіграє важливу роль у діяльності підприємства. Адже помилки при калькуляції витрат, що відносяться до собівартості можуть призвести до майбутніх збитків підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гордополов В.Ю. Особливості обліку лісових біологічних активів та лісопродукції / В. Ю. Гордополов, В. Д. Гоцуляк, І. С. Несходовський // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. - 2015. - №4. - С. 76-87.
2. Чік М. Ю. Аспекти економічного аналізу на підприємствах лісового господарства / М. Ю. Чік // Вісник Житомирського державного технологічного університету. - 2017. - № 4. - С. 60-64.
3. Лісовий кодекс України від 21.01.1994 № 3852-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3852-12>

Науковий керівник: Комірна Ольга Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту, Київський національний торговельно-економічний університет

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ БАНКІВСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Болдова Антоніна Андріївна

*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри фінансових ринків,
Університету державної фіскальної служби України*

Панчук Карина Петрівна

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, Університету
державної фіскальної служби України*

Банківський менеджмент має велике значення для ефективного здійснення грошово-кредитної політики та виконує багато важливих функцій для всієї банківської системи країни. За останні роки в нашій країні відбулися суттєві зміни, які так чи інакше вплинули на банківський сектор. Саме тому органи управління банківською установою повинні чітко визначати методи, за допомогою яких має бути досягнута стабільність банківської системи.

Банківський менеджмент – це управління банком в умовах ринкових відносин. Використання механізму банківського менеджменту спрямоване на вирішення конкретних проблем взаємодії в реалізації соціально-економічних, технологічних, соціально-психологічних завдань, що виникають у процесі здійснення банківської діяльності. Механізм банківського менеджменту об'єктивно зумовлений здійсненням банківської діяльності в ринкових умовах, коли результати управлінської і господарської діяльності одержують оцінку на ринку в процесі обміну[1].

Управління банками може бути здійснено в кількох напрямках - стратегічному, організаційному, операційному і фінансовому, які є складовими системного банківського менеджменту. Системний підхід у банківському менеджменті полягає в тому, щоб брати до уваги, як саме впливають управлінські рішення щодо окремих організаційних, операційних або фінансових питань на стійкість банківської системи загалом або стан окремих банків, реалізацію їх стратегічних цілей і поточних завдань.

Банківський менеджмент має свою специфіку, що визначається такими рисами:

1) особливість цілей;

2) деякі кількісні показники (клієнтура, обсяг депозитів, кредитних вкладень, інвестицій, обсяг операцій і послуг тощо);

3) набір якісних чинників (показники доходів і витрат, швидкість обороту коштів, трудомісткість операцій, ступінь задоволення запитів клієнтів з обсягу, структури, якості послуг, що надаються, можливості банку із забезпечення конфіденційності переговорів, інформаційна безпека тощо);

4) соціальні характеристики персоналу (у тому числі професійна підготовка, ставлення до праці, вирішення соціальних проблем) [1].

Вдосконалення банківської менеджменту в нашій країні можливе за умови використання світового досвіду. Звичайно, банки інших країн працюють у різних економічних умовах, але їх досвід та методи роботи можуть бути адаптовані до застосування в нашій державі. Основною діяльністю з банківського менеджменту банками можна звести до двох основних напрямів - застосування оздоровчих заходів та реорганізація проблемного банку та реструктуризація або ліквідація [3].

Як відомо, ефективна й прибуткова діяльність нерозривно пов'язана з якістю та станом як фінансового менеджменту банку загалом, так і його складових частин. Для вдосконалення і підвищення ефективності банківського менеджменту спостережним радам та правлінням банків варто вживати низку заходів:

– забезпечувати постійний моніторинг та оцінку ризиків;

– забезпечувати створення в банку ефективної системи збереження, обміну та використання інформації стосовно функціонування банківського менеджменту;

– запроваджувати проведення регулярної оцінки фінансового стану банку з метою забезпечення своєчасного реагування відповідно до даних системи моніторингу;

– забезпечувати зниження ризиків, що виникають у банку з метою посилення захисту інтересів акціонерів та вкладників, що сприятиме збільшенню обсягу акціонерного капіталу та депозитів;

– забезпечувати використання досвіду кращих закордонних та вітчизняних банків з діяльності банківського менеджменту, що забезпечить прийняття більш ефективних рішень [2].

Таким чином, слід сказати, що банківський менеджмент займає важливу роль в веденні банківської діяльності. Зважаючи на зміни, які відбуваються в нашій країні, розвиток банківського менеджменту необхідний для запровадження прогресивно нових методів управління. Звичайно ж, для цього необхідно покращувати всі сфери фінансового життя країни, починаючи зі створення єдиної стратегії реформування вітчизняної економіки.

Список використаних джерел:

1. Дяченко Б.І., Вовканич А.І. Методологічні основи банківського менеджменту. *Вісник Хмельницького національного університету: економічні науки*. №2,Т.2. 2016. С. 130-133
2. Кльоба Л.Г. Напрями вдосконалення управління банківськими ризиками. *Економічна наука: економіка та держава*. №6.2017. С. 80-85
3. Адаменко С.І. Стан банківського менеджменту та його вплив на фінансову безпеку України. URL: http://www.niss.gov.ua/vydanna/panorama/issue.php?s=epol2&issue=2005_2

ВАЛЮТНИЙ КОНТРОЛЬ У СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ

Олісейчик Аліна Юріївна

студентка, Національний університет державної фіскальної служби України

Рядняна Ганна Олександрівна

студентка, Національний університет державної фіскальної служби України

Значущість повноцінного і дієвого валютного контролю зумовлена тим, що, по-перше, валютна політика є важливою складовою загальноекономічної (фінансової) політики держави. По-

друге, на сьогодні держава не може відмовитися від системи валютного контролю, оскільки для цього поки відсутні економічні передумови. По-третє, в сучасних умовах саме валютно-фінансова сфера все частіше стає передавачем дестабілізуючого впливу внутрішніх і зовнішніх чинників на національну економіку.

Проблематикою валютного контролю в усіх його проявах займалися такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як В. А. Авагян, Н. П. Алексеєв, В. П. Астахов, А. В. Ємелін, С. І. Лучковська, Ж. Сапір, Л. Г. Чувахіна, Шевчук О.А. [2] та ін.

Валютним законодавством передбачений обов'язок органів і агентів валютного контролю за наявності інформації про порушення правових норм особою, яка здійснює валютні операції, передавати дану інформацію органу валютного контролю, які мають право застосовувати санкції до даної особи. Водночас, створення дієвої системи контролю за діяльністю і самих уповноважених банків необхідно, оскільки, виконуючи функції агентів валютного контролю, вони нерідко на практиці відстоюють більшою мірою свої власні комерційні інтереси, ніж державні [1.с.103].

Однією з необхідних умов вирішення проблеми вивезення капіталу з країни – законодавче наділення органів і агентів валютного контролю правом призупинення валютних операцій по угодах клієнтів, що мають ознаки підозрілості, і покладання на них обов'язку з передачі інформації про ці угоди до органів центральної виконавчої влади, уповноваженого урядом. В Україні правовий механізм виявлення підозрілих валютних операцій по угодах клієнтів і відмови в їх здійсненні лише починає створюватися, і залишається актуальною проблема розвитку ефективно діючої системи валютного регулювання і валютного контролю [4].

Вони мають забезпечувати захист економіки країни від будь яких протиправних дій в сфері валютно-фінансових відносин. Тут слід розглядати заходи, спрямовані на забезпечення системності валютного контролю, зміцнення його нормативно-правової бази, організаційної побудови, внутрішньої і зовнішньої взаємодії елементів системи валютного контролю, інформаційно-технічної бази. Цей комплекс проблем передбачає проведення адекватної

політики розвитку і вдосконалення валютного регулювання і валютного контролю [3].

Встановлення обов'язку уповноважених банків призупиняти операції з перерахування грошових коштів резидентів і нерезидентів на рахунки за межами національної території, або право Національного банку України встановлювати при міжнародних розрахунках інші строки списання коштів з рахунків клієнтів. Сьогоднішній валютний контроль в Україні з огляду на його значущість вимагає поглиблення наукових досліджень, чіткого нормативно-правового регулювання, створення дієвої системи державних контрольних органів у цій сфері.

Список використаних джерел:

1. Валютний контроль у системі державного фінансового контролю / О. А. Шевчук // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 18 : Економіка і право.-2012. - Вип. 19. - С. 103-112. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_018_2012_19_17.
2. Шевчук О.А. <http://www.tneu.edu.ua/faculty/foa/department-ovs/staff-obs-foa/6184-zarudna-natyalya-yaroslavvna.html>.
3. Національний банк України: <https://www.bank.gov.ua/control/uk/index>.
4. Закон України «Про валюту і валютні операції». <https://zakon.rada.gov.ua/go/2473-19>.

Науковий керівник: Бриштіна Вікторія Вікторівна, доцент кафедри банківської справи та фінансового моніторингу, Університет державної фіскальної служби України

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРЕСИВНОЇ ШКАЛИ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИ СПЛАТІ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

Волобуєва Юлія Володимирівна

студент, кафедра статистики, обліку та аудиту, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна

Податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) є одним з головних податків для кожної країни. Він грає важливу роль в бюджетно-податковій системі держави. В Україні основна ставка ПДФО становить 18%[2].

В Україні ПДФО пройшов довгу історію трансформації та перетворень. Задля наповнення пустої державної скарбниці в нашій країні було використано і прогресивну, і пропорційну системи оподаткування. Однак, пошуки оптимального варіанту наразі не увінчались помітним успіхом.

Світовий досвід свідчить, що використання прогресивної шкали оподаткування позитивно вплине на державний бюджет України та на життя українців в цілому. Але зарубіжні моделі оподаткування доходів побудовані таким чином, щоб кожна людина мала в розпорядженні після оподаткування дохід, який є достатній для фінансування всіх мінамально необхідних витрат.

19 лютого 2019 року у Верховній раді зареєстровано законопроект №10066 «Про внесення змін до Податкового кодексу України (відносно запровадження прогресивної шкали оподаткування при сплаті ПДФО)»[3]. У разі його прийняття, зміни, що запропоновано в Законі, наберуть чинності з 1 січня 2020 року.

Актуальність даної теми обумовлена тим, що Україна не зупиняється на шляху покращення життя своїх громадян, поповнення державному бюджету та досягнення соціальної рівноваги. Тому запровадження даного законопроекту є ще одним кроком на перетворення системи оподаткування доходів громадян, яке можливо зазнає успіху.

Метою даної роботи є аналіз запропонованого законопроекту як з боку платників, так і з боку держави.

Згідно законопроекту, ставка ПДФО буде залежати, перш за все, не від походження доходів, а від їх розміру. Мінімальну ставку (5%) повинні будуть платити ті, хто отримав дохід в розмірі до трьох прожиткових мінімумів (ПМ) (на 1 січня 2019 року – 5763 грн), а максимальну (48%) – хто має дохід більше 500 ПМ (вище 960 501 грн)[3]. Докладно ставки розглянуті в Табл.1:

Таблиця 1

Ставки ПДФО в Україні, згідно з законопроектом №10066

Розмір доходу	Ставка
до трьох ПМ для працевздатних осіб (зараз - 5763 грн)	5%
більше 3, але не більше 10 ПМ для працевздатних осіб (від 5764 до 19 210 грн)	15%
більше 10, але не більше 20 ПМ (від 19 211 до 38 420 грн)	18%
більше 20, але не більше 50 ПМ (від 38 421 до 96 050 грн)	22%
більше 50, але не більше 100 ПМ (від 96 051 до 192 100 грн)	27%
понад 100, але не більше 300 ПМ (від 192 101 до 576 300 грн)	33%
більше 300, що не більше 500 ПМ осіб (від 576 301 до 960 500 грн)	40%
більше 500 ПМ для працевздатних осіб (від 960 501 і вище)	48%

Джерело: Складено автором за даними [3].

Розглянемо основні переваги та недоліки даного законопроекту з боку платників податків в Табл. 2:

Таблиця 2

Переваги та недоліки законопроекту з боку платників

Переваги	Недоліки
<ol style="list-style-type: none"> Люди, які отримують мінімальну заробітну плату, будуть платити всього лише 5% свого доходу, відповідно будуть мати більший дохід. Люди будуть соціально рівні згідно їх доходам. 	<ol style="list-style-type: none"> Підприємці матимуть більше податкове навантаження.

Джерело: Складено автором за даними [3].

На державу це вплине наступним чином (Табл.3):

Таблиця 3

Переваги та недоліки законопроекту з боку держави

Переваги	Недоліки
<ol style="list-style-type: none"> Відновлення соціальної справедливості за принципом «багатий платить більше». 	<ol style="list-style-type: none"> Зменшення надходження в бюджет. Середня заробітна плата в Україні (згідно з Держстатом) в 2018 році склала 8865 грн[1]. Це означає за ставкою 18%, до державного бюджету надійшло 1595,7 грн. Відповідно до нового законопроекту така середня заробітна плата буде оподатковуватися ставкою 15% і це складе 1329,75 грн. Зростання тіньової економіки через підвищення ставок для великих податкових платників. Ускладнення процесу адміністрування ПДФО.

Джерело: Складено автором за даними [3].

З вищесказаного можна зробити висновок, що даний закон має як позитивні, так і негативні сторони. Але, Україна в даний момент не відноситься до високорозвинених країн, які використовують прогресивну шкалу із запропонованими ставками, тому введення такого закону доцільніше було б відкласти або змінити.

Список використаних джерел:

1. Динаміка середньомісячної заробітної плати за видами економічної діяльності у 2010-2018 роках/ Державна служба статистики України : - URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Податковий Кодекс України (від 01.03.2019) : - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України (щодо запровадження прогресивної шкали оподаткування при сплаті податку на доходи фізичних осіб) №10066 від 19.02.2019 року. – URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=65528.

Науковий керівник: Пономарьова Тетяна Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, кафедра статистики, обліку та аудиту, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна

ОБГРУНТУВАННЯ АКТУАЛЬНОСТІ СТРАТЕГІЇ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ

Андрусяк Наталія Олександрівна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

За сучасних умов економічного, екологічного, соціального, інноваційного тощо розвитку отримання та утримання регіоном (та країною) еколого-економічних конкурентних переваг може бути здійснено лише за умов впровадження виваженої управлінської стратегії як на локальному рівні, так і в масштабах країни. Обґрунтуванням актуальності розробки такої стратегії є, по-перше, високий рівень турбулентності усіх суспільно важливих процесів, по-друге, диференціація та специфіка регіональних утворень, по-третє, ускладнення світового впливу на країну та її регіони.

Серед вітчизняних та зарубіжних вчених, які присвятили свої праці дослідженню проблем конкурентоспроможності слід назвати Є.І. Бойко, В.Н. Василенка, В.М. Гейця, М. Долішнього, В.П. Мікловду, М. Портера, В.П. Семиноженка, А.А. Чухно. Розробку науково-практичних засад регіональної конкурентоспроможності здійснювали Л. Антонюк, І. Бегг, І. Брикова, Б. Гардінер, Р. Камані, Л. Ковальська, Н. Жилаєва, С. Писаренко, Р. Фатхутдінов, Л. Чернюк та ін.

За останні десятиліття в Україні радикально змінилися вектори формування конкурентних переваг з національного на регіональний, що змушує переглядати закономірності впливу тих чи інших чинників на еколого-економічну конкурентоспроможність. У практичному аспекті створення на рівні локальних територій ефективної стратегії підтримки й нарощування еколого-економічної конкурентоспроможності є обов'язковим, та разом із використанням прогресивних управлінських механізмів сприятиме переходу еколого-економічних регіональних систем на новий рівень розвитку.

Слід зауважити, що на місцевому рівні управління економічною конкурентоспроможністю відокремлене від управління екологічною складовою. Процедурно і процесуально ухвалення управлінських рішень в цих системах взаємопов'язані між собою не достатньо. Їх координованість низька, характерними є протиріччя та екологічні конфлікти в регіоні.

Діюча система управління екологією і природними ресурсами на регіональному рівні, за умов зміни форм власності і реструктуризації не забезпечує узгодження економічних цілей підприємництва з природоохоронною метою конкретної території. Крім того, виникає небезпека погіршення екологічної ситуації у зв'язку з порушенням господарських зв'язків, зношеністю устаткування підприємств, підвищенням ризику аварійності виробництва, відсутністю коштів для екологізації виробничих систем. Недостатній взаємозв'язок територіального управління економічною конкурентоспроможністю з природоохоронним управлінням не дозволяє знаходити оптимальні рішення, що забезпечують економічні інтереси підприємств, соціальні інтереси населення території за умови збереження якості навколишнього природного середовища [1, с. 23-24].

Здатність навколишнього середовища до асиміляції та відтворення природних ресурсів є основою для оцінки екологічної ємності й припустимого екологічного навантаження на регіон. Тому поєднання його екологічної й економічної систем та формування конкурентоспроможного підґрунтя для подальшого розвитку території передбачає необхідність приведення у відповідність форм і масштабів господарювання з його ресурсними природними можливостями та здатністю протидіяти антропогенному впливові внутрішніх та зовнішніх факторів для досягнення і збереження конкурентного стану. Слід враховувати, що задоволення економічних, соціальних та інших потреб регіону має здійснюватися в межах екологічних обмежень, що дозволить зберегти стан його еколого-економічної системи та забезпечити її конкурентоспроможність.

Поряд із цим нині перед Україною та світовою спільнотою постають нові, складні проблеми забезпечення ресурсами і енергією виробничої сфери, екологічної безпеки, вирішення продовольчої

проблеми за збереження необхідної якості навколишнього середовища. Формування технологічного устрою в розвинених економіках світу вже давно базується на суворому дотриманні екологічних нормативів і стандартів. Однак недостатність теоретичних розробок щодо розв'язання проблем взаємодії еколого-економічних процесів, пов'язаних з формуванням відповідного виду конкурентоспроможності та інституційного підґрунтя для її розвитку, на сучасному етапі не дозволяє вітчизняній регіональній економіці своєчасно відповідати на зовнішні виклики, на еволюційно мінливу парадигму взаємодії всередині еколого-економічної системи в цілому. Таким чином, перед економічною наукою ставиться завдання глибокого і всебічного теоретичного осмислення ситуації, що склалася.

Тому питання формування стратегічних основ забезпечення еколого-економічної конкурентоспроможності регіонів, особливо в частині інституційного складника та організаційного забезпечення, України набуває особливої актуальності.

Під стратегією розвитку зазвичай розуміють довгостроковий комплексний план, який дозволяє відповідним чином підійти до процесу управління, виокремивши такі важливі складники впливу як еколого-економічна культура і освіта, по-друге, активізувати управлінські важелі державного і місцевого впливу, по-третє, розробити механізм управління формуванням і використанням регіональної еколого-економічної конкурентоспроможності.

Ефективна взаємодія еколого-економічної конкурентоспроможності та інститутів на сучасному етапі є фундаментальною основою розвитку ринку екологічних товарів як рушійної сили подій і процесів ґрунтовних перетворень й екологізації економіки на національному та регіональному рівнях. Система відносин щодо різних видів еколого-економічної діяльності на ринку спрямована на одночасне вирішення двох завдань:

- 1) запобігання або відшкодування спричинених збитків навколишньому середовищу;
- 2) формування нової моделі регіональної економіки в рамках концепції сталого розвитку.

Екологічні стратегії, по-суті, є з'єднувальними елементами між екологічною політикою та екологічними екстремумами розвитку регіону. На основі стратегії визначаються довгострокові цілі, завдання та майбутнє бачення еколого-економічної системи та її конкурентоспроможності.

Стратегія еколого-економічної конкурентоспроможності регіону визначається автором як форма структуризації цільового простору регіону за сукупністю уявлень держави та регіонів, суб'єктів підприємництва, місцевої громади про бажаний стан, напрями та результати розвитку еколого-економічної системи на мезорівні.

Список використаних джерел:

1. Боронос В.Н. Проблемы согласования эколого-экономических интересов в условиях рынка / Боронос В.Н., Буряковский В.В. Екологічна економіка і управління: у 2-х т. Суми: ВВП «Мрія-1» ЛТД, 1997. Т. 2: Економіка для екології. С. 22-27.

ПРОБЛЕМАТИКА ЗАПРОВАДЖЕННЯ АГРАРНИХ РОЗПИСОК В УКРАЇНІ

Краснова Маргарита Євгенівна

аспірант кафедри «Фінансів», Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Виклад основного матеріалу. Аграрний сектор в останні роки став однією з найбільш популярних сфер для інвесторів, зважаючи на прогнози експертів цей процес не є тимчасовим, тому доречним є розглянути інструменти, які використовуються на сьогодні в цивільному обороті із застосуванням аграрних розписок.

Ідея запровадження аграрних розписок в Україні бере свої витоки з законодавства Бразилії, де можна здійснювати кредитування під заставу майбутнього врожаю та сільськогосподарських тварин. Там вони називаються розписки-договори CPR, що являє собою обіцянку поставити аграрну продукцію або здійснити оплату після реалізації власної с/г продукції в майбутньому взамін на отримання

кредитних ресурсів (фінансових чи товарних) вже сьогодні для здійснення аграрної діяльності [4, с.57].

При аналізі Закону України «Про аграрні розписки» слід звернути увагу на особливості суб'єктів складу даних відносин, до якого відносяться боржник, кредитор, нотаріус, експерт з оцінки предмета застави. Деякі автори ототожнюють боржника з емітентом, але даний суб'єкт є характерним для розгляду у правовому полі цінних паперів, а аграрна розписка поки що не є ним.

Слід звернути увагу на те, що відносини між боржником та кредитором неможливі без участі нотаріальної контори, оскільки при видачі, аграрна розписка підлягає нотаріальному посвідченню в порядку, передбаченому ЗУ «Про нотаріат». Аграрна розписка вважається виданою тільки з моменту її реєстрації в Державному реєстрі аграрних розписок [8, с.360].

Законом України «Про аграрні розписки» передбачено поняття аграрна розписка, під яким розуміється товаророзпорядчий документ, що фіксує безумовне зобов'язання боржника, яке забезпечується заставою, здійснити поставку с/г продукції або сплатити грошові кошти на визначених у ньому умовах [1]. Запровадження аграрних розписок зумовлює зменшення ризиків зниження ціни на с/г продукцію, оскільки обов'язок боржника фіксується в кількості товару, а не в ціновому еквіваленті. Можна сказати, що структура даних відносин дуже нагадує ф'ючерсні і форвардні контракти, тому є логічним запитання: чому не вдосконалити те що є, а не знову робити хаос у законодавстві. Адже при застосуванні закону на практиці виникає багато запитань.

Заслуговує підтримки обґрунтування в літературі більш чіткої схеми функціонування аграрної розписки у разі невиконання будь-якою стороною зобов'язання, яка передбачає що:

1. постачальник ресурсів (банк, кредитор) пред являє до нотаріуса аграрну розписку;
2. нотаріус у свою чергу здійснює виконавчий напис;
3. кредитор здійснює передачу до виконавчої служби аграрної розписки з виконавчим написом нотаріуса;
4. виконавча служба здійснює відповідне провадження щодо с/г товаровиробника (боржника);

5. у кінцевому випадку здійснюється повернення грошових коштів/ сільськогосподарської продукції у разі примусового стягнення у випадку невиконання [3, с.75].

Позитивні сторони впровадження аграрних розписок полягають у наступному:

1. співпраця між кредиторами та виробниками с/г продукції спрощує процедуру кредитування і закриває адміністративні питання, які раніше зупиняли потенційних кредиторів від фінансування [9, с. 188].

2. Товарні розписки дозволяють бартерні розрахунки між сільськогоспвиробниками та постачальниками продукції, необхідної для с/г виробництва [6].

3. Боржник у разі непогодження щодо умов викладених в акті про порушення технології виробництва може звернутися до організації, спеціально уповноваженої центральним органом виконавчої влади. Дана організація розглядає спір і приймає рішення протягом двох днів після отримання скарги. Зв відсутністю рішення скарга вважається безпідставною і відхиленою. Також є можливість оскаржити рішення даної організації до суду.

4. Аграрна розписка має виключно документарну форму, нотаріально посвідчується і розрахунки по ній здійснюються у безготівковій формі.

Цікавим є питання страхування відповідальності зернових складів, так як це специфічний продукт і в будь-який момент він може втратити свої властивості, якість. З цією проблемою зіткнулися і форвардні контракти, у яких також заставляється майбутній врожай, але дані довогори заключаються з Аграрним фондом.

Висновок: Проведений аналіз дає підстави для висновку, що аграрні розписки, можливо, і мають право на життя, але без достатньої державної підтримки цього процесу суттєвих результатів досягнути буде неможливо через вагомі законодавчі проблеми. Основним питанням, що вказує на неефективність аграрних розписок є запровадження видачі не на всій території України, а лише на рівні пілотного проекту в одній із областей. За п'ять років можна було здійснити повне реформування системи і навіть зробити аграрну розписку «офіційно» цінним папером, так як ця плутанина у юридичній науці не сприяє формуванню однакової правозастосовної

практики та ефективного законодавства. Хоча впровадження аграрних розписок є дуже вигідним з боку фінансування аграрного сектору, надання доступу с/г виробникам залучити додаткові кредитні ресурси з можливістю розрахування товаром, що на даний момент ця можливість відсутня в банках.

Список використаних джерел:

1. Закон України від 6 листопада 2012 року «Про аграрні розписки» // Відомості Верховної Ради України. - 2013. - №50. - Ст. 695.
2. Агарков М. М. Избранные труды по гражданскому праву. - М.: Центр ЮРИНФО, 2002. - С. 123-137.
3. Гребенюк М. Запровадження правового механізму аграрних розписок — запорука створення надійної системи продовольчого забезпечення в Україні / Гребенюк М. // Підприємництво, господарство і право. - 2013. - №1. - С.56-60.
4. Дивнич О. Д., Демиденко Л. М. Інновації в рослинництві та джерела їх фінансування // Економіка та управління підприємствами. - 2015. - Випуск 5.
5. Мельник М. Перспективи використання аграрних розписок // [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.deloittte.com/print/uk_ua/press-ukr/201701/d5944b0
6. Михайлов А. Н. Актуальные проблемы развития инвестиционных процессов в аграрном секторе Украины / А. Н. Михайлов // 2015 г. -
7. Радченко Н. Г. Аграрні розписки як альтернативна форма кредитування сільськогосподарських підприємств // Вісник Таврського державного агротехнологічного університету. - 2013. - № 1. - С. 356-361.
8. Туєва О. М. Аграрні розписки як інструмент кредитування аграрних виробників / О. М. Туєва // 2015. - с. 187-189.
9. Ульянченко Ю. Інструменти державного стимулювання розвитку конкурентного середовища в аграрному секторі // Ю. Ульянченко. // Ефективність державного управління. - 2013. - №35. - С. 296-304.
10. Аграрні реєстри [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://agroregisters.com.ua/>.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ

Сліпак Інна Русланівна

студентка, Національний авіаційний університет

Судак Наталія Володимирівна

студентка, Національний авіаційний університет

Економіка країни в даний момент не може розвиватись на належному рівні без залучення іноземних інвестицій. Адже вони забезпечують системний розвиток матеріально-технічної бази, стимулюють конкуренцію на ринку, підвищують рівень життя у країні тощо. При залученні іноземних інвестицій відкриваються додаткові можливості, які виявляються у використанні світового досвіду з організації та управління, доступі до нанотехнологій, розвитку експортного потенціалу підприємницьких структур та економіки в цілому.

У 2017 році в економіку України іноземними інвесторами з 76 країн світу вкладено 1630,4 млн.дол. США прямих інвестицій (акціонерного капіталу). Обсяг залучених з початку інвестування прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) на кінець 2017 року становив 39144,0 млн.дол. США. Вони були спрямовані у розвинені сфери економічної діяльності. Станом на кінець 2017 року найвагоміші обсяги надходжень були спрямовані до установ та організацій, що здійснюють фінансову та страхову діяльність – 26,1% та підприємств промисловості – 27,3 % [1].

До основних проблем, які гальмують розвиток інвестицій в Україні, можна віднести: високий рівень корупції; недосконалість відповідної законодавчої бази; недостатнє державне фінансування вітчизняних наукових закладів; недосконалість методичного забезпечення підготовки інвестиційних проектів; дефіцит досвідчених і кваліфікованих фахівців в управлінні проектами; відсутність практичного досвіду і слабо розвинена інфраструктура венчурних інвестицій в Україні та інше.

Низький обсяг інвестицій сьогодні означає природне обмеження економічного зростання як мінімум на перспективу 3-5 років. Інвестиції лежать в основі зростання продуктивності економіки, який, в свою чергу, може послужити основою для зростання доходів і споживання. Створення належного інвестиційного середовища в Україні є однією з найважливіших умов залучення інвестицій.

Отже, враховуючи всі вищезазначені думки та доведення, можна зробити підсумок, що для того, щоб зробити прямі іноземні інвестиції позитивним чинником в розвитку України, держава повинна виконати такі умови: зробити оновлення системи державного регулювання; покращити інвестиційне середовище України; змінити правове законодавство у сфері іноземного інвестування; підвищити показники суспільного благополуччя громадян України. Характеризуючи стан інвестування в економіку України в цілому, його можна визначити як кризовий в порівнянні з динамічними процесами, що відбуваються в міжнародній економіці.

Сучасні обсяги інвестицій залишаються недостатніми для кардинального поліпшення економічної ситуації в країні, так за розміром іноземних інвестицій на душу населення Україна поступається навіть Албанії та Казахстану. Реалізація запропонованих заходів щодо державного регулювання і стимулювання інвестиційної діяльності дозволить підсилити інвестиційний потенціал української економіки не тільки в короткостроковому періоді, але і на перспективу, що є важливою умовою переходу української економіки до стадії стійкого росту.

Список використаної літератури:

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

Науковий керівник: Кравченко Олена Олегівна, асистент, Національний авіаційний університет

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ, ЯК ВАЖІЛЬ СПРИЯННЯ ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ

Шкатула Вікторія Павлівна

кандидат економічних наук, Житомирська митниця Державної фіскальної служби

Управління ризиками є важливою передумовою ефективного застосування посмит-аудиту на митниці та є основою для визначення стратегічних цілей, окреслення зони найбільших небезпек у зовнішньоекономічних операціях суб'єктів. Управління ризиками дає митним органам ефективно виконувати свої ключові функції (контроль, оформлення товарів, застосування механізмів тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, справляння митних платежів тощо), а також організовувати та використовувати свої ресурси таким чином, щоб підвищувати власну загальну продуктивність та полегшувати зовнішню торгівлю.

Застосування підходу «оцінки ризиків» є очевидною необхідністю, оскільки митниця, як державна організація має забезпечувати економію бюджетних коштів, через досягнення максимального ефекту з мінімальним використанням ресурсів та одночасно здійснювати функцію економічної безпеки. Управління ризиками є інструментом, застосування якого може бути доцільним на будь якому етапі прийняття рішень. У контексті роботи фіскальних органів такий менеджмент представляє собою сучасний й ефективний спосіб роботи, що допомагає митним адміністраціям реалізовувати свої функції та використовувати свої ресурси найбільш раціонально. Управління ризиками - це скоординована діяльність митниць в основу якої покладено селективність та таргетування (націлювання) об'єктів небезпек зовнішнього економічних процесів з подальшим їх контролем. Такий процес - це систематичне застосування процедур й практики управління в частині документування, комунікацій, консалтингу, а також виявлення, аналізу, оцінки, моніторингу ризиків. Слід розмежовувати поняття управління ризиками та їх оцінку, оскільки остання є більш вузькою категорією та слугує базисом для керування небезпечними експортно-імпортними операціями. Оцінка ризиків-це загальний процес ідентифікації та виокремлення пріоритетних загроз у

зовнішньоекономічній діяльності. На етапі дослідження ризику визначають чи є його величина прийнятною або критичною.

У процесі управління ризиками виокремлюють наступні етапи: окреслення зони ризику, його оцінка, відпрацювання, впровадження та моніторинг. На першому етапі встановлюються стратегічні і організаційні напрями, в рамках яких буде відбуватися управління ризиками. Вони включають в себе: постановку задач і цілей; обрання параметрів та масштабів роботи. Області ризику обираються за оціночними критеріями, що визначаються в ході аналізу. Вони є маркерами, які створюють фундаментальну основу для прийняття рішень. Виокремлення критеріїв використовується для визначення прийнятних та/або неприйнятних рівнів ризику, наприклад, показник надходжень митних платежів. Управління ризиками в контексті посмит-аудиту може застосовуватись на стратегічному, тактичному та/або операційному рівні. Наріжним каменем стратегічного управління ризиками є здатність митних адміністрацій визначити обсяг небезпечних операцій, пов'язаних з галуззю або групою суб'єктів господарювання. Дефініція таких критеріїв націлює митні органи на знання областей високих ризиків. Галузі та/або суб'єкти господарювання, зазвичай, потрапляють до зони небезпек через:

- специфіку свого виробництва, яка поєднується з національними інтересами держави;
- міжнародні торговельні угоди, що регулюють їх діяльність;
- доцільність захисту здоров'я населення та довкілля;
- захист інтелектуальної власності тощо.

Після визначення області високого ризику, зібрана інформація аналізується та розмежовується за макроекономічними показниками (галуззями економіки, її секторами, виробництвом, споживачами, ринками збуту) та мікроекономічному (кількість економічних операторів, їх технічна база, структура та потенціал, можливе ухилення від норм законодавства, шахрайство, якому вони можуть піддаватися).

Тактичне управління ризиком – це процес встановлення груп операцій високого ризику за конкретним суб'єктам господарювання. Фактори, які потребують врахування при їх визначенні:

- рівень сплати митних платежів (за принципом Паретто 80% обсягу мит сплачує 20% найбільших платників);

- обсяг імпорту суб'єкта;
- загальна вартість імпортованих товарів,
- асортимент ввезених товарів,
- час діяльності фірми на зовнішніх ринках.

Управління операційними ризиками - це процес дослідження чинників, які ідентифікують за транзакціями суттєвих небезпек, основні з них:

- ділова репутація суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності та/або економічного оператора,
- наявність порушень суб'єкта господарювання прецедентів недотримання міжнародного та вітчизняного законодавства,
- характеристики товарів, які є предметом експорту, імпорту, транзиту (ліквідність, вартість, країна походження, застосування особливих умов зовнішньоекономічних операцій наявність спеціальних програм, режимів, обмежень, квот, ліцензій тощо).

Додатковими чинниками, що можуть підтверджувати наявність високих ризиків слід вважати:

- факти систематичного оформлення товарів у різних митницях,
- незначний рівень доходів підприємства,
- повільний ріст прибутків суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності,
- дотування урядом діяльності фірм.

Визначення ризиків у зовнішньоекономічній діяльності є процесом, який складається з ідентифікації, аналізу, оцінки ЗЕД діяльності суб'єкта та визначення пріоритетних небезпек.

Одним із способів ідентифікації ризиків є порівняння показників роботи підприємства із ідентичними показниками інших підприємств, що працюють у цій же галузі, як в нашій країні так і закордоном. Виявлення нетипової структури фірми для підприємств цієї галузі в цілому, покладення, делегування, змішування обов'язків працівників у нелогічному порядку, що не пов'язані з виробничими процесами, надання підприємством не суміжних з основною діяльністю послуг, наявність великої кількості контрагентів, що завершили свою роботу свідчить про наявність ризиків.

Виявлення ризиків вимагає продовження аналізу, для здійснення прогнозів частоти настання ризиків, їх величини та оцінки наслідків. Для виявлення обсягів та ефектів наслідків від впливу негативних

чинників можуть застосовуватись рейтингові шкали, наприклад: високий, середній, низький; за бальною системою від 0 до 5. Поєднання ступеню вірогідності та наслідків у визначають загальний рівень ризику.

Оцінка ризиків та виокремлення пріоритетів – це процес порівняння та співставлення результатів аналізу ризиків з його критеріями, мета якого визначити чи є ризик і/чи його величина прийнятним і допустимим. Такий підхід дозволяє оптимізувати заходи контролю митних органів, рейтингувати суб'єктів ЗЕД за їх ділової репутації та ступенем ризикованості операцій, пов'язаних з міжнародною торгівлею. Очевидно, перевірки повинні бути зосереджені на фірмах, підприємствах та/або операціях, угодах, які мають високий ступінь ризику.

Виявлення зони високих ризиків є динамічним процесом, оскільки суб'єкти ЗЕД, з часом можуть змінити свою репутацію з негативної на позитивну, а характер угод з ризикових на антиризикові, тому моніторинг ризиків є необхідним кроком у процесі управління ризиками. Він дозволяє з'ясувати стан та актуальність наявних ризиків, виявити нові, оцінити результати від виявлених раніше небезпечних тіньових, прихованих операцій та процесів.

Здійснення якісного моніторингу ризикових операцій буде ефективнішим у разі виключення вживання одностороннього інформаційного каналу митницею та створення зворотного потоку комунікації, який включає відкрите спілкування з усіма зацікавленими сторонами, із зміщенням акценту спілкування на консультації. Налагодження такого виду праці формує культуру, підвищує знання міжнародного та митного законодавства, сприяє прозорості діяльності учасників процесу зовнішньоекономічної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Всесвітньої митної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://clikc.wcoomd.org/>

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Зіброва Олена Володимирівна

*старший викладач, Національний аерокосмічний університет ім.
М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*

Соціальна відповідальність стає інструментом підвищення репутації суб'єктів бізнесу, довіри з боку суспільства, інвестиційної привабливості, конкурентоспроможності, досягнення їх стійкого розвитку за соціальним, економічним і екологічним напрямками. Проте для більшості українських підприємств, організацій та установ соціальна відповідальність не є повсякденною практикою, а зводиться до одноразових несуттєвих дій, які мало впливають на рівень доходів працівників та якість життя населення. Це свідчить про наявність проблеми щодо розвитку поняття соціальної відповідальності та визначає актуальність дослідження.

Питання розвитку теорії та практики соціальної відповідальності бізнесу знайшли висвітлення в роботах зарубіжних та вітчизняних А. Керолла, М. Мескона, Е. Лібанової, Г. Назарової В. Якимця та ін.

Багато вчених вважають, що соціальна відповідальність бізнесу це теж саме, що й соціальна відповідальність вищого навчального закладу або його методологічна основа, але роль вищих навчальних закладів є провідною не тільки у виробництві освітніх благ, а й у соціальній складовій.

Процеси, що відбуваються в сучасному світі і в українському суспільстві, об'єктивно ведуть до необхідності усвідомлення ступенем значущості соціальної відповідальності різними суб'єктами суспільно-історичної і соціально-політичної діяльності. Сьогодні багато вчених, фахівці-практики говорять про збільшену актуальності проблеми і ролі соціальної відповідальності сучасних соціальних інститутів. Соціальна відповідальність є механізмом формування індивідуальної і соціальної суб'єктності її суб'єктів, яка інструментально впливає на рішення найскладніших соціальних питань, що стосуються як розвитку суспільства в цілому, так і

взаємовідносин між державою (в особі його соціальних інститутів) і індивідом [1].

У ракурсі вивчення теоретико-методологічних основ соціальної відповідальності та її принципів необхідно акцентувати увагу на тому, що проблема соціальної відповідальності вищих навчальних закладів сьогодні ще недостатньо вивчена. Традиційно у вузькому контексті соціальної відповідальності основним напрямком роботи університетів є сприяння соціально-економічному розвитку регіонів, насамперед через підготовку кадрів і зміцнення потенціалу вузівської науки.

Вищі навчальні заклади є соціально відповідальними за ефективне використання суспільних (державних) ресурсів з метою підвищення ефективності роботи ВНЗ, забезпечення єдності навчання і виховання, залучення студентів і викладачів у різні соціальні практики (їх суспільну відповідальність); власних ресурсів – для розвитку і консолідації суспільства, проведення демократичних реформ; взаємодії з окремими громадянами, органами влади, бізнес-структурами, різними організаціями та установами – для функціонування ВНЗ як соціального інституту відкритого типу, центру соціальної політики в регіоні його присутності [2].

Принципи соціальної відповідальності формуються за рахунок суспільних очікувань, які дещо змінилися останнім часом. Суспільству стало небайдуже, як вищий навчальний заклад проводить свою діяльність, чим він при цьому керується і як розпоряджаються своїми доходами. Для того щоб відповідати очікуванням суспільства, необхідно виробити програму дій, пов'язану з дотриманням етичних, правових, благодійних, природоохоронних, комерційних і громадських принципів.

Зараз все більш зрозумілим стає те, що з виникненням ринкового механізму попиту і пропозиції робочої сили необхідний новий механізм взаємодії інституту освіти і несформованого ринку праці.

Вищі навчальні заклади не повинні бути установами, що існують поза суспільної системи. Вони повинні бути частиною різних спільнот, які взаємодіють між собою на різних рівнях.

Список використаних джерел:

1. Бараблина С. В., Мехришвили Л. Л. Социальная ответственность: роль высших учебных заведений / С. В. Бараблина, Л. Л. Мехришвили // Весник международных организаций. – 2012. – № 1 (36) – С. 203–218.
2. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. Г. Брінцева та ін.]; за наук. ред. А. М. Колота; М-во освіти і науки, молоді та спорту України; ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана», НП Ін-т соц.-труд. відносин. – Київ: КНЕУ, 2012. – 501 с.

Підписано до друку 28.03.2019
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк на дублюкаторі.
Умов.-друк. арк. 4,5. Обл.-вид. Арк 4,95.
Тираж 60 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

