

Міністерство освіти і науки України
Черкаська обласна державна адміністрація
Східноєвропейський університет економіки і менеджменту
Український журнал «Економіст»
Федерація професійних бухгалтерів та аудиторів України
Всеукраїнська професійна бухгалтерська газета «Все про бухгалтерський облік»
Київський національний економічний університет ім. В.Гетьмана
Національний університет харчових технологій
Іжевський інститут управління, м. Іжевськ, Росія
Тбіліський державний університет ім. Іване Джавахішвілі, м. Тбілісі, Грузія
Євразійський національний університет ім. Л.Н. Гумільова, м. Астана, Казахстан
Краківський економічний університет, м. Краків, Польща
Господарська академія ім. Д.А. Ценова, м. Свіштов, Болгарія
Запорізький національний університет
Департамент регіонального розвитку ЧОДА
Управління агропромислового розвитку ЧОДА

***ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНЕ ТА
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ***

Міжнародна науково-практична конференція

Збірник тез доповідей

20–21 квітня 2016 р.

Черкаси
Східноєвропейський університет економіки і менеджменту
2016

УДК 657.05: 351.863

ББК 65.052

Ф 59

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

Аблязов Р.А., д.т.н., заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії СРСР, професор, президент Східноєвропейського університету економіки і менеджменту – *голова*;

Шнак Л.О., д.е.н., доц., ректор СУЕМ – *заступник голови*;

Коваль В.В., к.т.н., перший заступник голови Черкаської ОДА – *заступник голови*;

Яценко В.М., д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки, обліку і оподаткування СУЕМ – *заступник голови*;

Бондар М.І., д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку підприємницької діяльності Київського національного економічного університету ім. В.Гетьмана, голова підкомісії з обліку і аудиту науково-методичної комісії МОНУ;

Голян В.А., д.е.н., проф., головний редактор журналу «Економіст»;

Карманнік Р.В., директор департаменту регіонального розвитку Черкаської ОДА;

Мостенська Т.Л., д.е.н., проф., проректор з наукової роботи Національного університету харчових технологій;

Павлов К.В., д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки та управління Іжевського інституту управління, м. Іжевськ, Росія, заслужений діяч науки Удмуртської Республіки;

Панаїка О.О., д.е.н., проф., президент Федерації професійних бухгалтерів та аудиторів України;

Савченко С.О., д.е.н., проф., проректор з науково-дослідної роботи СУЕМ;

Череп А.В., д.е.н., проф., Академік Академії економічних наук, Академік Академії наук Вищої освіти, декан економічного факультету Запорізького національного університету;

Ус Г.О., д.е.н., проф., проректор з підготовки наукових кадрів СУЕМ;

Яценко О.В., д.е.н., доц., завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи СУЕМ.

Фінансово-економічне та обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності : збірник тез доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції, Черкаси, 20-21 квітня 2016 р. – Черкаси : Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2016. – 388 с. – [Укр., рос., англ. мови].

Основною метою конференції є вирішення стратегічних питань розвитку фінансової науки, вдосконалення інвестиційної політики, інвестиційної привабливості регіонів, галузей і підприємств, інтенсифікації інтеграційних процесів та інші актуальні проблеми економічної науки.

Подані матеріали містять методологічні та методичні підходи, що можуть заслуговувати на увагу широкого кола фахівців.

Організаційний комітет вважає за доцільне повідомити, що не всі положення і висновки окремих авторів є беззаперечними. Разом з тим, вважаємо можливим їх публікацію з метою обговорення.

Редакція збірника не несе відповідальності за якісний зміст і оформлення авторських статей (стилістичні, орфографічні помилки тощо).

© Колектив авторів, 2016

© Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2016

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМНИЦТВА	9
Шпак Л.О. Інноваційні підходи управління персоналом на підприємствах в Україні	9
Яценко В.М. Напрямки інноваційної трансформації аграрної економічної науки	11
Збарський В.К. Фінансова безпека підприємств	14
Кішак І.Т., Щербак О.М. Фінансово-економічне забезпечення здійснення підприємством зовнішньоекономічної діяльності	16
Ус Г.О. Інформаційний потенціал як один із основних факторів розвитку підприємства	19
Daniela Ventsislavova Georgieva Innovations and Bulgarian business	21
Білик Т.О., Білик О.А. Проблеми формування капіталу підприємств в умовах колапсу фінансового ринку	23
Васильєва О.О. Фінансово-господарська діяльність сільськогосподарських підприємств в умовах обмеженості ресурсів	25
Демиденко Л.М. Проблеми фінансового забезпечення сільськогосподарських підприємств	28
Дивнич О.Д. Забезпечення технікою сільськогосподарських підприємства: сучасний стан та тенденції розвитку	30
Занора В.О. Інноваційний потенціал виробничих підприємств України як чинник забезпечення ефективності їхньої господарської діяльності	33
Івченко Л.В. Принципи управління грошовими потоками підприємства	34
Ігнатишин М.В., Когутич Х.В. Фінансове планування як інструмент забезпечення прибутковості підприємства	37
Носирев О.О. Стратегія проактивного розвитку промислових підприємств в умовах інтеграційних процесів	39
Плаксюк О.О. Особливості оцінювання фінансового потенціалу	42
Світлична А.В., Михайлова О.С. Специфічні особливості аграрних підприємств як соціально-економічних систем	44
Федуняк І.О. Теоретичний зміст дослідження економічної ефективності аграрного виробництва	47
Череп О.Г., Вернидуб М.Ю. Шляхи підвищення рівня інноваційної діяльності для покращення економічного розвитку суб'єктів господарювання України	49
Крутько М.А. Інноваційно-інвестиційне забезпечення інтеграційного розвитку сільськогосподарського підприємства	50
Гирник Л.В. Сучасні методи оптимізації виробничої програми підприємства	52
Дерікова С.Д., Матвєєва Г.Г. Використання системи гнучких тарифів як стимул поліпшення якісних показників виробничого процесу	54
Паланюк Н.А. Система економічної інформації – як основа для ефективного управління підприємництвом	57
Усманова М.Р. Проблеми стимулювання інноваційної діяльності України на сучасному етапі	59
Чугрій Н.А. Аналітичне забезпечення управління нематеріальними активами	62
Головко Т.В. Грошові потоки в фінансово-економічній діяльності підприємств торгівлі	64
Гриченко А.С. Класифікація загроз економічній безпеці підприємства	65
Руденко С.В. Особливості тлумачення дефініції «виробничий потенціал» в системі потенціалів аграрних підприємств	68
Камаран Али Хассан Оценка инвестиционной привлекательности предприятий	70
Чепіжко Е.В. Аналіз методів і моделей оцінки рівня конкурентоспроможності	

підприємства	72
Васюник П.І., Дубик В.М. Напрями державного стимулювання розвитку сільського господарства України	75
Когляр С.В. Економічний аналіз в системі управління підприємством	76
Легкодух Л.А. Вдосконалення механізму формування та використання прибутку підприємств	77
Ляпунов Р.В. Шляхи удосконалення системи бюджетування на підприємстві	80
Мазуренко Д.О. Управлінські інновації в системі підприємства	82
Макаренко А.І. Механізм підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства	83
Новікова А.І. Класифікація чинників впливу на прибутковість діяльності торговельного підприємства	85
Петровська Ж.В. Напрямки вдосконалення організаційної структури та структури управління сільськогосподарського підприємства	88
Терещенко О.В. Комплексний підхід управління прибутком підприємства	90
Ткаченко М.В. Підвищення ефективності виробництва й реалізації продукції на підприємстві	92
Фаруқшина І.Н. Управління інноваційним розвитком підприємства	94
Ярославський Д.С. Інвестиційна привабливість вітчизняних підприємств в умовах фінансово-економічної кризи	96
Череп А.В. Кайнара Д.О. Роль сертифікації у зовнішньоекономічній діяльності підприємств машинобудування в умовах євроінтеграції	99
Череп О.Г., Капшук А. Інновації в організації виробництва підприємств харчової промисловості Запорізької області	101
СЕКЦІЯ 2. ФІНАНСИ, ОБЛІК І ПОДАТКУВАННЯ	103
Савченко С.О. Визначення найбільш впливових макроекономічних факторів на флуктуацію економічних процесів в Україні	103
Яценко О.В. Фінансова ємність сільських територій як чинник становлення ринкового середовища	105
Білошапка В.С. Банки у забезпеченні розвитку регіонального підприємництва	108
Валькова Н.В., Дорошук Т.В. Проблеми обліку безоплатно одержаних активів	110
Дудченко Н.В. Особливості реформування пенсійного забезпечення в Україні	114
Овод Л. В., Дармороз В.М. Особливості трансфертного ціноутворення в Україні	116
Поліщук В.Г., Бондарчук І.М. Бюджетні новації в системі формування місцевих бюджетів	120
Слободянок О.В. Класифікація видів страхування в ЄС: рекомендації для України	122
Сукач О.М., Сарана Л.А. Забезпечення конкурентних переваг страхового ринку	124
Товстоляк Л.М., Кузнецова Л.В. Вдосконалення податкової системи в Україні	126
Цебень Р.Л. Особливості обліку витрат на інновації	128
Черненко К.В. Особливості ведення обліку в бюджетних установах	131
Барабан Л.М. Інвестиційна діяльність банків на фондовому ринку України	133
Гусякова Н.О. Аграрні розписки – дієвий механізм кредитування АПК	135
Єременко І.В. Аналіз класифікації страхових послуг	137
Бочан В.І. Депозитні ставки і кредити бізнесу	139
Діденко І.В. Аналіз основних підходів оцінки рівня конкуренції на депозитному ринку як невід’ємній складовій банківської системи	144
Майстер А.В. Шляхи активізації емісійної діяльності підприємств державного сектору	

економіки на фондовому ринку України	146
Савицька О.І. Оцінка залежності зовнішньоторговельного обороту регіону від соціально-економічних факторів	149
Штирхун Х.І. Фінансове забезпечення розвитку органічного виробництва в Україні	151
Криворучко Я.М. Альтернативні варіанти формування системи страхування сільськогосподарської продукції в Україні	153
Кучеренко А.В. Проблеми капіталізації банків в Україні	155
Lyuta N. The economic value of insurance	157
Тібенко В. М. Депозитні операції на сучасному етапі розвитку економіки	159
Ховайба Ю.О. Базові засади управління кредитними потоками банків	160
Яхненко О.П. Проблеми фінансового забезпечення інновацій	163
СЕКЦІЯ 3. АНАЛІЗ ТА КОНТРОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	166
Парасій-Вергуненко І.М. Проблеми стандартизації методик фінансового аналізу	166
Кіндрацька Л.М. Обліково-аналітична інформація в управлінні підприємницькою діяльністю	168
Гільорме Т.В., Щербак А.Ю. Особливості організації внутрішнього аудиту персоналу суб'єкта господарювання	170
Гільорме Т.В., Харитонюк С.В., Левда В.С. Організація внутрішнього контролю в державному архіві Дніпропетровської області	173
Германенко Л.М. Особливості організації бухгалтерського обліку на підприємствах малого бізнесу	175
Пилявець В.М., Пилявець І.М. Сучасні проблеми організації обліку виробничих запасів на аграрних підприємствах та шляхи їх вирішення	179
Рагуліна І.І., Кузнєцова С.М. Бухгалтерський облік і аудит виробничих запасів на підприємствах: проблеми та шляхи удосконалення	181
Светлова Н.М. Аутсорсинг бухгалтерських послуг, внутрішнього аудиту, обліку і звітності в оподаткуванні	183
Сльозко Т.М., Загородня Н.П. Необхідність організації захисту облікової інформації для забезпечення ефективності підприємницької діяльності	187
Зайцева М.М. Внутрішній аудит як інструмент ефективного управління туристичним підприємством	189
Мірошник В.В. Обліково-контрольне забезпечення моніторингу економічної безпеки суб'єктів господарювання	192
Ямборко Г.А. Теорія і прагматика принципів розкриття інформації про фінансові результати суб'єктів господарювання	194
Горячківська І.В., Мігус І.П. Система внутрішнього контролю на підприємстві та оцінка ефективності її функціонування	197
Дунаєва М.В. Удосконалення обліку запасів з використанням міжнародного досвіду	199
Корольова Л.А. Обліково-аналітичне забезпечення управління сільськогосподарськими підприємствами	202
Маруніч А.А. Особливості складу фінансової звітності суб'єктів малого підприємництва	205
Турик С.О. Проблеми калькулювання собівартості продукції суб'єктів підприємницької діяльності сільськогосподарського спрямування	207
Чуприна О.О. Інформаційне забезпечення обліково-аналітичної діяльності в контексті розвитку підприємства	208
Федотов О.В. Проблеми складання фінансової звітності суб'єктів малого	

підприємництва	211
Щербицька А.А. Роль і значення податкового планування в сучасній господарській діяльності вітчизняних підприємств	213
 СЕКЦІЯ 4. МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ	
	215
Губенко В.І. Фінансова стійкість та ефективність бізнесу – компроміс між ризиком і дохідністю	215
Задорожний І.С., Лимар О.В., Задорожний С.В. Аналіз та розробка місії проекту	218
Задорожний І.С., Головченко В., Задорожний С.В. Особливості проектування підсистеми управління комунікаціями проекту	221
Храмова-Баранова О.Л., Горбатова Н.О. Від торгової марки до сертифікації	224
Чудасва І.Б. Метод розрахунку науково-технічного потенціалу регіону для формування і розвитку науково-технічних утворень	226
Череп А.В., Лобанова Ю.Ю. Стратегічні перспективи маркетингових комунікацій підприємств в машинобудуванні	228
Пикрия Цоцколаури Проблемы менеджмента изменений в грузинских бизнес компаниях	230
Арестенко В.В., Мрічко Ю.Д. Особливості застосування логістики в діяльності підприємств АПК	232
Вітряк Т.Б. Методичні аспекти економіко-математичного обґрунтування багатofакторної моделі регіональних ринків праці України	233
Герасимяк Н.В., Сімонян А.А. Маркетинговий аналіз ринку хліба та хлібобулочних виробів України	237
Дьячук І.В. Структурування показників оцінювання ефективності маркетингової стратегії ВНЗ згідно теорії життєздатності економічних систем	239
Іванова Т.Г. До питання недобросовісної конкуренції між суб'єктами підприємницької діяльності	241
Кобляньська Л.М. Сучасне бізнес-середовище для підприємств малого і середнього бізнесу в Україні	243
Софієнко А.В., Фурсов А.М. Маркетинговий аудит та його місце в системі внутрішнього контролю підприємства	245
Яценко М.В. Інноваційний менеджмент стратегічного розвитку підприємств	247
Антонова І.В. Діагностика можливостей залучення іноземних клієнтів у практиці роботи готельних підприємств	249
Бобрецька Л.В. Спонсорські акції як ефективний спосіб реклами в діяльності підприємства	252
Луценко Н.О. Характерні ознаки процесу медіапланування	254
Росола У.В. Мерчандайзинг як один з напрямів впливу на покупця	257
Короткий Ю.В. Інтеграційна взаємодія інструментів логістики і маркетингу в машинобудівних підприємствах	258
Маліношевська К.І. Проблеми управління якістю обслуговування в аеропортах	260
Петрук С.В., Наконечна О.А. Застосування інформаційного менеджменту в документальному забезпеченні діяльності органів місцевого самоврядування	261
Перхун Л.П. Модель оцінки рівня конкуренції на ринку освітніх послуг	264
Плисенко Г.П. Економіко-предметне обґрунтування розвитку теорії брендингу як фактору формування корпоративних конкурентних переваг на ринку освітніх послуг	266
Шпеник Т.К. Порівняльний аналіз організаційно-економічного механізму	

функціонування сільського зеленого туризму	269
Андрюшенко В.В. Організація та планування виробництва на основі вертикально-інтегрованої системи прогнозування	271
Бурлака Д.І. Основні положення соціальної програми Генрі Форда	273
Бузуков Р.В. Сучасні підходи до управління розвитком персоналу	275
Ванярха А.А. Переваги впровадження CALS технологій в реінжиніринг системи якості	277
Вдовенко Є.О. Роль лідерства у підвищенні ефективності управління організацією	279
Головченко М.М. Оцінка рівня конкурентоспроможності товарів підприємства-товаровиробника на ринку	281
Грушевський А.В. Менеджмент персоналу та мотивації праці на підприємствах	283
Гусан М.О. Формування маркетингової стратегії на підприємстві	285
Деменко О.А. Управління анімаційною діяльністю в туризмі	288
Зеленський О.Г. Рекламна діяльність, як складова маркетингу та способи її поліпшення	290
Колісник П.М. Ефективна адаптація персоналу – складова успіху підприємства	293
Криворученко А.Г. Значення морських перевезень контейнеровозами для економіки України	296
Купчін А. Механізм управління якістю в готельному господарстві	298
Лаврінко С.В. Управління процесом реалізації професійної етики підприємцями	300
Мамич А.О. Основні методи стимулювання інноваційної діяльності на вищих ланках управління	301
Маслак Е.В. Збутова політика та її вплив на господарську діяльність підприємства	303
Мінігулов Т.А. Особливості маркетингового управління на підприємствах автомобілебудівної галузі	305
Міндей Г.В. Характеристичний опис Закарпатської області, як перспективного центру кластеру винного туризму	307
Москальов Д.О. Аспекти управління діяльністю підприємств молочної продукції	310
Онученко О.А. Комунікативна компетентність менеджера	311
Пахомова А.В. Трудовий елемент потенціалу та його зв'язок з трудовими ресурсами	313
Півторацька К.В. Готельна індустрія. види засобів розміщення туристів	315
Роханов М.І. Особливості структури підприємницької діяльності	317
Рудоман В.Я. Сегментирование рынка в системе маркетинговой деятельности предприятия ЧПКП «ОГРАНТ»	319
Самойленко В.Ю. Компетентність працівника	322
Турчак П.Б. Взаємодія структури і якості в процесі управління	323
Хамошина Л.А. Управління мотивацією трудових ресурсів на підприємстві	324
Цинда О.В. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні	326

СЕКЦІЯ 5. ІННОВАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ **330**

Коваль В.В., Опаленко А.М. Особливості дослідження функціонування складних мереж	330
Крисанов Д.Ф. Формування європейської моделі безпечності харчових продуктів на підприємствах аграрного сектора України	332
Дмитрук Б. П. Міжнародні міграційні процеси: їх мотивація, види та наслідки для країн виїзду та приймаючих країн	336
Павлов К.В. Инновационная экология: теоретические и практические аспекты	339
Зайкіна Г.М. Проблемні питання фінансового характеру щодо застосування місцевими радами Закону України «Про внесення змін до деяких Законів України щодо заснування	

релігійними організаціями навчальних закладів»	342
Захарова І.В. Інформаційні ресурси у забезпеченні діяльності підприємства	344
Огнева А.М., Русин О.І. Організація обліку з використанням сучасних інформаційних технологій	346
Опапенко А.М. Дослідження економічних об'єктів для ефективної реалізації системи ризик-менеджменту виробничих підприємств	349
Оксьом І.Г. Новий Закон про лібералізацію готівкових розрахунків суб'єктів підприємницької діяльності: сутність та мета правового регулювання	352
Собко А.Б., Близнак А.М. Здоров'язбережувальні технології у виховному процесі дошкільного навчального закладу	353
Собко А.Б., Телиженко Ю.В. Перспективи розвитку еко-концепцій у готельно-ресторанному бізнесі	355
Тарандушка Л.А., Костян Н.Л., Тарандушка І.П. Автоматизація вибору форми організації виробництва для якісного виконання послуг на станції технічного обслуговування	354
Височин В.В. Проблеми інформаційного забезпечення туристичної галузі в Україні	359
Козловська С.Г. Особливості криптографічного захисту інформації	360
Смаглій В.А. Правові основи забезпечення на підприємстві режиму доступу до конфіденційної інформації та комерційної таємниці	363
Тетеря Л.М. Проблеми розвитку сфери туризму в Україні	365
Г.Г.Матвєєва, С.Д.Дерікова, Г.П.Буряк Педагогічна атмосфера при використанні мультимедійних презентацій під час викладання спеціальних навчальних дисциплін	368
Мамалига О.О. Ефективність інструментарію економічної дипломатії в міжнародній підприємницькій діяльності	371
Павленко Л.І. Основні тенденції світового розвитку людського капіталу	374
Вірьовкіна Н.М. Інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності підприємства	376
Западня О.О. Використання визначних об'єктів історико-культурної спадщини України у процесі побудови турів	378
Anastasiya Lytvynenko A good command of english as one of main factors of doing international business well	380
Ополінський І.О., Дичко А.О. Еколого-економічна оцінка технологій анаеробної переробки біомаси	382
Уляницька А.М. Готельна індустрія як сфера гостинності	385

СЕКЦІЯ 1
ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМНИЦТВА

УДК 331.1: 336.719(477)

Шпак Л.О., д.е.н., доцент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

**ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УКРАЇНІ**

Сьогодні економічні процеси, що відбуваються в Україні та світі, вимагають не лише змін на загальнодержавному рівні, але й у середині конкретного господарюючого суб'єкта. Недостатність фінансових ресурсів, зменшення масштабів виробництва вимагають впровадження інноваційних методів щодо управління підприємством, які забезпечать сталий економічний розвиток та сприятимуть отриманню прибутку. За таких умов, саме ефективне управління персоналом стає актуальним, позаяк оплата праці становить найбільшу складову витрат підприємства.

У розвинених країнах з метою побудови результативної системи управління персоналом ефективно застосовується лізинг персоналу, починаючи з 40-х р. ХХ ст. Зародження лізингу персоналу відбулося в США, як сучасне знаряддя управління ринком праці із застосуванням кадрових агентств (Kelly Girl Services, Adecco та Manpower). Лізинг персоналу в Європі розпочав активно поглиблюватися з появою в 1956 р. офісу Manpower у Лондоні. [4]. На даному етапі окреслений вид послуг є: чільною статтею доходів іноземних організацій рекрутингу та охоплює практично всі категорії співробітників, за винятком вищого керівництва. Останнім часом у Європейських країнах спостерігається стійка тенденція залучення співробітників за допомогою різноманітних лізингових програм. Основна риса лізингу персоналу полягає в тому, що підприємство, надаючи такі послуги, не розриває трудові відносини зі своїм персоналом, а лише тимчасово надає його в розпорядження іншого підприємства.

Майкл Армстронг у своїй праці «Практика управління людськими ресурсами» зауважив про існування трьох основних умов залучення зовнішніх працівників [1]: економія витрат – дозволяє використовувати більш дешеві послуги працівників та скоротити кількість працюючого персоналу; концентрація зусиль кадрової служби – працівники підрозділу не відволікаються від вирішення ключових завдань, які приносять додаткову вартість; отримання спеціальних знань – можна отримати ноу-хау й спеціальні знання, яких не було в даній організації. У сучасній практиці існує кілька підходів до обрання способів залучення персоналу (рис. 1):

- staff leasing (лізинг персоналу) – відносини, відповідно до яких кадрове агентство укладає трудовий договір із працівником від свого імені, та направляє його на роботу до підприємства на відносно тривалий період (від 3-х місяців до 2-х років). Лізинг персоналу, як правило, застосовується на підприємствах які використовують послуги кваліфікованих співробітників із певною регулярністю;

- temporary staffing (підбір тимчасового персоналу) використовується при короткострокових проектах або роботах, терміном від одного дня до 3 місяців. Даний спосіб залучення персоналу формує попит на адміністративний та обслуговуючий персонал на період організації виставок, конференцій, на час хвороби або відпустки штатних співробітників;

- outstaffing (виведення персоналу зі штату) передбачає введення до свого штату вже існуючий персонал підприємства-клієнта. Особливістю даного методу є те, що співробітники продовжують працювати на колишньому місці, виконувати свої функції;

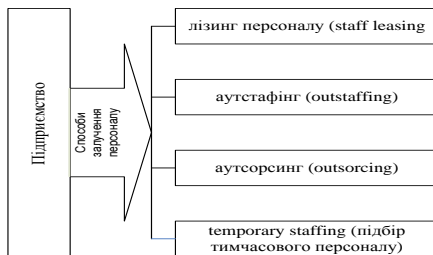


Рис. 1. Основні способи залучення персоналу підприємством*

* Джерело: побудовано автором за даними [2]

- outsourcing (зовнішнє джерело) передбачає, що підприємство купує послугу, а не працю конкретного працівника [3].

Відтак, метод залучення персоналу підприємство обирає самостійно, виходячи з наявної потреби щодо працівників, тим самим керівництво має можливість оперативного реагувати на структурні зміни шляхом «корегування» персоналу.

Лізинг персоналу в порівнянні із трудовими відносинами має низку суттєвих переваг, основними серед яких є: залучення висококваліфікованого персоналу; мінімізація витрат на підбір необхідного фахівця; відсутність зобов'язань, пов'язаних із трудовими відносинами.

В Україні розвиток лізингу персоналу значно вповільнюється через недосконалість правової бази, а також скорочення попиту на фахівців за тимчасовими угодами. Уважаємо доречним «узаконити» на загальнодержавному рівні залучення персоналу на умовах лізингу, що здійснюється на умовах укладання договору лізингу.

Учасниками таких відносин, в реаліях України, на нашу думку, мають бути підприємство, кадрове агентство (лізингодавець) та фахівець.

Керівництво підприємства на певному етапі визначає потребу у додаткових співробітниках, звертається до кадрового агентства, яке підшукує відповідних працівників на ринку праці, або в межах інших підприємств. Із потенційними працівниками укладається трудова угода, відповідно до якої вони надають послуги замовнику.

Важливим моментом при лізингу персоналу є договір на лізингове обслуговування, що укладається між кадровим агентством і замовником. У цьому договорі зазначається характеристика персоналу, кількість співробітників, термін лізингу, оплата праці фахівців, рівень комісійних, а також критерії якісного виконання вказаного обсягу робіт. Укладений договір передбачає фонд оплати праці співробітника й лізингову винагороду кадрового агентства.

Отже, лізинг персоналу є нетрадиційним методом управління кадровим складом підприємства та може бути одним із засобів скорочення постійних та операційних витрат, здійснення швидкого підбору кваліфікованого персоналу, що дозволяє підприємству гнучкіше реагувати на економічні та виробничі зміни.

Література

1. Армстронг М. Практика управління людськими ресурсами /М. Армстронг ; перев. с англ. [под ред. С.К. Мордовина]. – 8-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 832 с.
2. Карлін М.І., Борисюк О.В. Можливості застосування лізингу персоналу і аутсорсингу в Україні /М.І. Карлін, О.В. Борисюк // Демографія та соціальна економіка. – 2011. – № 1 (15). – С. 96-102.
3. Козяєва А. Аутсорсинг в Україні: вчора, сьогодні, завтра [Електронний ресурс]. –

Режим доступу : <http://www.hr-ua.com/articles/243/>.

4. Ward Kevin. Geographies of the temporary staffing industry research program, Working paper 4 // School of Geography & The University of Manchester. – October 2003. – P. 4.

УДК 338.433:330.341.1:631.11

Яценко В.М., д.е.н., професор

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

НАПРЯМКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ

Порушення організаційно-виробничих і фінансово-економічних зв'язків між складовими АПК спричиняє необхідність трансформації ролі відповідних наукових та академічних установ як каталізаторів соціально орієнтованих ринкових реформ та економічного зростання у даному секторі, що є можливим лише за умови ефективного використання інтелектуального потенціалу аграрної економічної науки. Потенціал аграрної науки у плані сприяння економічному зростанню і зменшенню рівня бідності селян залишається великою мірою нереалізованим.

В цілому, аграрна наука має забезпечувати адаптацію сільського господарства до процесів глобалізації, сприяти зміцненню сільських громад, а також збереженню агроприродних ресурсів і захисту довкілля. Розробка політики розвитку АПК повинна супроводжуватися аналізом розвитку його галузей, оцінкою наслідків аграрної реформи, аналізом світових тенденцій і обґрунтуванням напрямків розвитку. Основні зміни в аграрній науці включають нові способи фінансування, організації і менеджменту відповідних досліджень, які ускладнюються завдяки зміні ролей держави і приватного сектора. Удосконалення механізмів дотримання прав на інтелектуальну власність значно підвищує стимули для приватних суб'єктів у плані фінансування наукових досліджень, тоді як видатки державного сектора на відповідні заходи знижуються. Таким чином, актуальним є здійснення порівняльного аналізу соціально-економічної ефективності альтернативних способів фінансування сільськогосподарських досліджень.

На наш погляд, у сучасному мінливому дослідницькому середовищі слід вирішити декілька важливих питань, які, зокрема, стосуються: способів розподілу коштів на сільськогосподарські дослідження (на місцевому, національному і міжнародному рівнях); механізмів державного фінансування досліджень; пріоритетних напрямків досліджень (економічні, екологічні або соціальні проблеми; короткострокові або довгострокові результати).

Однією з очевидних проблем в Україні є незначний вплив результатів аграрної економічної науки на процеси розробки політики, оскільки часто ці результати дуже складно транслювати у практику, таким чином, агровиробники потребують кращої системи інформації з тим, щоб скористатися перевагами різноманітних технологічних, маркетингових та інших альтернатив.

На нашу думку, відповідні дослідження мають зосереджуватися на: удосконаленні ризик-менеджменту в агровиробництві; розробці систем прибуткового усталеного сільського господарства (включаючи інтеграцію систем рослинництва і тваринництва); розумінні впливу соціально-економічного середовища (на місцевому, регіональному, національному і глобальному рівнях) на економічну доходність агровиробників; пошуку шляхів покращення стратегій агровиробництва, продовольства, які підтримуються місцевим населенням. Іншим, не менш важливим напрямком досліджень також може стати розвиток територіальних громад. В цілому, соціально-економічний добробут селян може значно покращитися у результаті зосередження досліджень на розвитку індивідів

(людського капіталу) і громади (особливо її соціального капіталу). У цьому зв'язку, відповідні дослідження мають фокусуватися на: покращенні здатності територіальних громад вирішувати власні проблеми (у т.ч. через розвиток лідерів та організацій сільського населення); стимулюванні розвитку підприємництва в сільських громадах (особливо що стосується нових форм економічної активності); розвитку інфраструктури (особливо маркетингової і системи охорони здоров'я).

Важливою передумовою ефективності аграрної економічної науки є її орієнтація на інноваційний розвиток. На нашу думку, обов'язковою передумовою ефективного інноваційного розвитку (а звідси - і міжнародної конкурентоспроможності) є якісна освіта, актуальність забезпечення якої визначається наступними тенденціями: підвищення важливості освіти як основного джерела знань і стимулювання розвитку; роль освіти як найважливішого державного інструмента підвищення конкурентоспроможності країни; наявність прямого зв'язку між рівнем освіти, зайнятістю і доходами (так, у розвинених європейських країнах кожен рік, витрачений на навчання, підвищує заробітки працівників в середньому на десять відсотків). Сьогодні набуття якісної освіти вимагатиме як особистої волі до навчання протягом всього життя, так і зобов'язань з боку освітніх інститутів щодо створення відповідних систем, де зникнуть поняття студентів і випускників, а багатоступенева, інноваційно орієнтована система освіти забезпечить функціонування континууму інновацій (рис. 1).

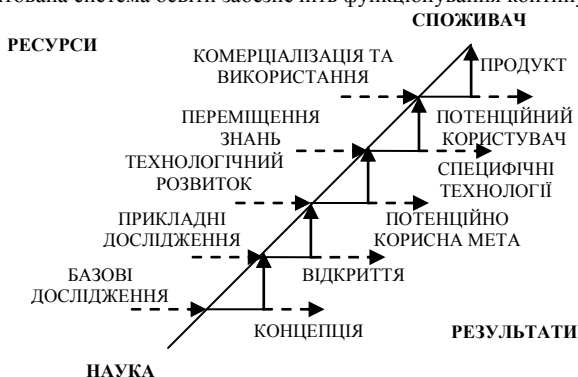


Рис. 1. Континуум інновацій

Зміни в природі робочого місця, самої праці та структури організацій призводять до зміни фокуса у сфері навчання. Певне вміння, набуте сьогодні, може швидко стати застарілим. Так, у США держава та неурядові організації щороку витрачають значні кошти на формальні освітні програми для управлінського персоналу. Майже всі ці курси дозволяють своїм студентам продовжувати працювати, тобто відбувається своєрідна маятникова міграція слухачів між культурою галузі, де вони працюють, та культурою аудиторії, де вони розвивають нові відносини з працівниками інших галузей. До речі, більшість випускників цих програм вважають, що багато знань вони отримали саме від цих взаємин, які, як правило, тривають і по закінченні навчання.

Традиційне сільське господарство характеризується двома цілями - продуктивністю та ефективністю. Згідно цієї традиційної концепції, максимальна прибутковість агровиробництва забезпечується у результаті балансування чотирьох факторів виробництва, які покладені в основу виробничої функції: землі, праці, капіталу і підприємництва (або менеджменту). Разом з тим, розробка і впровадження ефективної

системи управління ризиками пов'язана із значним ступенем невизначеності щодо рівнів цін і врожайності, а також з так званими персональними ризиками (які включають, зокрема, втрату здоров'я). Процеси глобалізації, які впливають на структуру сільського господарства, створюють якісно нові ризики для агровиробників. З огляду на це, державна політика має покращувати доступ до ринково орієнтованих механізмів (особливо фінансових інструментів), які покращуватимуть добробут агровиробників і селян в цілому через зменшення ступеня невизначеності.

Наукові дослідження у зазначених сферах сприятимуть зростанню зайнятості і доходів через покращення ринкових можливостей, які характеризуються надзвичайно високою мінливістю у просторі і часі (адже ринки є динамічними інститутами). І хоча деякі з потреб у дослідженнях можуть задовольнятися у відносно невеликий проміжок часу (преференції споживачів, маркетингові стратегії і т.п.), такі потреби, як ефекти глобалізації, і особливо екологічної та загальноекономічної невизначеності, вимагатимуть певних довгострокових ініціатив. Отже, існує потреба у проведенні тривалих і послідовних досліджень, що є неможливим без відповідного планування на всіх рівнях.

Нерозуміння того, як місцеві, регіональні, національні і глобальні зміни в агропродовольчій сфері позначаються на доходності вітчизняних агровиробників може позбавити їх конкурентних переваг, а, отже, і призвести до тривалого спаду в сільському господарстві. На нашу думку, майбутні економічні реформи в аграрному секторі мають пов'язуватися з розробкою нової теоретико-методологічної бази економічних досліджень, об'єктивною необхідністю подолання застарілих догм і стереотипів. При цьому якісні теоретичні положення характеризуватимуться достовірністю, доцільністю і високою ефективністю. Державна політика в аграрній сфері і сільській економіці в цілому вимагає науково обгрунтованого підходу до структурної і організаційної перебудови відповідних секторів. Основу такої політики має складати моделювання процесу реформ та вибір оптимальних альтернатив.

Таким чином, якісні наукові дослідження по суті є реальним джерелом структурної перебудови і модернізації АПК. Розвитку аграрної економічної науки сприятимуть: соціальне замовлення на проведення наукових досліджень і використання їх результатів в управлінні економікою; застосування ринково орієнтованих механізмів стимулювання розвитку продуктивних сил; формування зв'язків між економічною та іншими науками (статистикою, математикою, кібернетикою, економічною і соціальною географією, соціологією), що зумовлене необхідністю розв'язання складних теоретико-методологічних проблем, які мають стати базою для конкретних практичних рішень; наявність значної кількості багатопланової якісної емпіричної інформації і статистичних матеріалів; розвиток людського і соціального капіталів у науковій сфері.

Література

1. Аграрні реформи в Україні: теорія, історія, еволюція парадигми: Монографія / О.О. Мороз; Вінницький нац. техн. у-т. – Вінниця; УНІВЕРСУМ. – 2003. – 234 с.
2. Саблук П.Т. Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституційний аспект: монографія / П.Т. Саблук, О.Г. Шпикуляк, Л.І. Курило. – К., 2010. – 706 с.
3. Про схвалення Концепції реформування і розвитку аграрної освіти та науки [Електронний ресурс] : Розпорядження Кабінету Міністрів України N 279-р від 6 квітня 2011 р. / Режим доступу до док. : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/279-2011-%D1%80>
4. Пахомова А.О. Організаційно-правові аспекти трансформації аграрної науки України / А.О. Пахомова. – Донецьк, 2013. – С. 110-112.

УДК 330.342:631.16:

Збарський В.К., д.е.н., професор
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ФІНАНSOVA БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ

Фінансова безпека підприємства є основним елементом системи економічної безпеки. У загальному складі елементів економічної безпеки фінансова компонента виступає в ролі базового значення рівня і структури фінансового потенціалу підприємства в забезпеченні цілей економічного розвитку. Ця роль фінансової компоненти визначається такими основними положеннями:

- фінансова діяльність здійснює основну форму ресурсного забезпечення реалізації економічної стратегії підприємства;
- операції, пов'язані з фінансовою діяльністю підприємства, мають стабільний характер, тобто здійснюються постійно;
- фінансова діяльність відіграє велику роль у забезпеченні стабілізації економічного розвитку підприємства в цілому;
- ризики, які пов'язані з фінансовою діяльністю підприємства (фінансові ризики), за своїми негативними наслідками відносять до категорії найбільш небезпечних.

Фінансова безпека є системою кількісних і якісних параметрів фінансового стану підприємства, що в комплексі відображає рівень його фінансової захищеності. У цій характеристиці поняття фінансової безпеки підприємства можна виділити такі складові:

- фінансова безпека підприємства виражає визначений аспект його фінансового стану, що відображає той чи інший рівень його фінансової захищеності;
- фінансовий стан підприємства, що характеризує його фінансову безпеку, відображається визначеною сукупністю параметрів;
- параметри системи фінансової безпеки підприємства потребують чіткої якісної і кількісної детермінації.

Об'єктом забезпечення фінансової безпеки є сформована система пріоритетних збалансованих фінансових інтересів підприємства, що потребують захисту в процесі його фінансової діяльності. У процесі розгляду цієї характеристики поняття фінансової безпеки підприємства слід приділити особливу увагу на такі основні моменти:

- у системі фінансової безпеки підприємства розглядаються тільки пріоритетні фінансові інтереси, що відіграють найважливішу роль у забезпеченні його фінансового розвитку;
- система пріоритетних фінансових інтересів повинна охоплювати не тільки поточні, а й довгострокові їхні види;
- пріоритетні фінансові інтереси підприємства в системі його фінансової безпеки повинні бути збалансовані з інтересами інших суб'єктів його фінансових відносин.

Отже, фінансова безпека підприємства – це захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, а також спроможність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на його діяльності. Головною метою фінансової безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування тепер і високий потенціал розвитку в майбутньому.

Для підприємств, працюючих в умовах конкуренції, можна виділити наступні види рівнів фінансової безпеки підприємства: підтримуючий, мінімальний, дуже низький, низький, середній, високий і дуже високий. Кількісна оцінка кожного виду рівнів фінансової безпеки підприємства і його характеристика з позиції збереження глобального інтересу підприємства – збереження ринкової позиції.

Для розуміння ситуації щодо фінансової безпеки фермерських господарств, яка

склалася в Україні, необхідним є проведення діагностики кожної складової потенціалу обраної сукупності підприємств.

Найбільш ґрунтовно це можливо зробити за рахунок оцінки фінансово-економічного потенціалу суб'єктів господарювання. На основі аналізу стану фінансово-господарської діяльності фермерських господарств України (табл. 1).

Таблиця 1. Оцінка показників фінансово-економічного потенціалу фермерських господарств України

Стаття					2014 р. до 2010 р.	
	2010	2011	2012	2014	+,-	%
Виручка від реалізації с.-г. продукції та послуг, млн. грн	10788,8	13935,5	17936,5	24404,9	+13616,1	226,2
в т.ч. від с.-г. продукції	10585,8	13644,3	17611,2	23905,7	+13219,9	225,8
з неї: рослинництва	9847,0	12592,2	16516,6	22450,6	+12603,6	228,0
тваринництва	738,8	1052,1	1094,6	1455,1	+716,3	197,0
Прибуток, збиток від реалізації с.-г. продукції та послуг, млн. грн	2626,2	3428,5	3914,4	5569,4	+2943,2	212,1
в т. ч. рослинництва	2575,8	3386,3	3814,4	5376,5	+2800,7	208,7
тваринництва	13,0	29,6	13,8	76,1	+63,1	585,4
Рівень рентабельності с.-г. діяльності, %	32,2	32,6	27,9	29,6	-2,6	x
в т. ч.: рослинництва	35,4	36,8	30,0	31,5	-3,9	x
тваринництва	1,8	2,9	1,3	5,5	+3,7	x
Одержано коштів державної підтримки – всього, млн. грн	448,2	626,3	934,5	1186,8	+738,6	264,8
в т. ч.: за рахунок державних дотацій	93,4	67,3	66,1	34,4	-59,0	36,8
за рахунок ПДВ	354,8	559,0	868,4	1152,4	+797,6	324,8

*Дані Держстату України за відповідні роки

Дані табл. 1 свідчать про суттєве поліпшення фінансових результатів фермерських господарств за аналізований період. Якщо в цілому фермерські господарства України одержали прибутку у 2014 р. в сумі 5,57 млрд. грн., то на продукцію тваринництва в них припадає лише 76,1 млн грн., або 1,4%. Тобто фермерські господарства не приділяють цій галузі належної уваги.

Проте, незважаючи на непогані результати діяльності фермерських господарств, на сучасному етапі значна частка їх є збитковими. Попри все викладене, цей факт свідчить про те, що величезний вплив на діяльність новостворених формувань має неспроможність їх керівників працювати в нових умовах, застосовувати фінансовий менеджмент, нові маркетингові технології для досягнення зрівноваженого економічного розвитку своїх підприємств. На сьогоднішній день основною конкурентною перевагою українського сільського господарства щодо розвинутих країн є нижча собівартість продукції за рахунок низької заробітної плати, вартості землі і капіталу. Окрім цього, в сучасних умовах в Україні повільно проходить процес формування прошарку підприємців, які б могли своєчасно ризикувати, уміло використовувати вільні земельні та фінансові ресурси.

Падіння виробництва пов'язане з недостатнім фінансовим забезпеченням фермерських господарств. За таких умов виникає замкнене коло: з одного боку, їхній поганий фінансовий стан і об'єктивна нездатність функціонувати за рахунок самофінансування потребують залучення зовнішніх запозичень у вигляді кредитів, з іншого – високий рівень збитковості не залишає бодай теоретичної можливості взяти кредит через низьку платоспроможність і, як результат, маємо фінансову невідповідність цієї групи позичальників в очах кредиторів.

Фермерські господарства області виживають переважно за рахунок збереженої матеріально-технічної бази, яка є фізично та морально застаріла. Така діяльність інертна, та хоча дозволяє нині зберегти фінансовий стан на задовільному рівні, в майбутньому може призвести до нестачі коштів, зниження рівня конкурентоспроможності за рахунок підвищення собівартості продукції.

Більш прийнятими для фермерів є державні програми виділення цільових коштів для придбання техніки, обладнання, будівництва виробничих та обслуговуючих об'єктів. Проте такі програми в останні роки не фінансуються, або виділених з бюджету коштів не достатньо для забезпечення потреб таких суб'єктів господарювання. Торік фермери отримали за рахунок бюджетних дотацій та податку на додану вартість 34,4 млн. грн, що становить 1,1 тис. грн в розрахунку на одне господарство.

У ринкових умовах дрібним фермерським господарствам складно конкурувати на розвинених аграрних ринках, до яких належить ринок зерна та олійного насіння. Фермери мають невеликі товарні партії продукції, не поодинокі випадки реалізації продукції з поля, без необхідної доробки та доведення до вимог державних стандартів. Тож ціна на таку продукцію значно нижче від існуючої на ринку, відображається на кінцевих результатах діяльності. Тож пріоритетними напрямками розвитку фермерських господарств України має бути вирощування овочів, фруктів, ягід, картоплі, нішевих культур олійної та зернової групи. При цьому з виробництва традиційної продукції необхідно перейти на органічну продукцію. Це те, що не зможуть зробити великі аграрні компанії, враховуючи масштаби їх виробництва, проте найбільше підходить дрібнотоварним виробникам продукції.

Більшість виробленої товарної продукції не знаходить покупців через відсутність можливості її продажу. До того ж, не всі виробники мають умови для тривалого її зберігання, тому багато продукції просто псується. Мережа заготівельно-збутової кооперації, яка існувала за радянських часів, була зруйнована, а натомість сучасна, ринкова ще не побудована. Влада здійснює перші кроки з налагодження кооперативних відносин на ринку сільськогосподарської продукції, які є вкрай необхідними, але не в змозі розв'язати існуючу проблему.

Таким чином, проведений аналіз показав, що на сьогоднішній день відсутній єдиний універсальний та позбавлений недоліків підхід щодо оцінки рівня фінансової безпеки. Це надає можливість зазначити наступне: по-перше, кожне підприємство може самостійно обирати та використовувати метод визначення рівня фінансової безпеки, адекватний особливостям діяльності конкретного суб'єкта господарювання. По-друге, виникає необхідність проведення подальших розробок у сфері оцінювання фінансової безпеки підприємства з метою розвитку існуючих методик та прийняття обґрунтованих управлінських рішень у сфері організації фінансової безпеки суб'єктів господарювання, що в свою чергу, забезпечить їх ефективне функціонування та стійкий розвиток.

УДК 334.716.003.2:339.9012(477.73)

*Кіщак І.Т., д.е.н., професор
Шербак О.М., студентка*

Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського
**ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗДІЙСНЕННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

У зв'язку із зростанням обсягів та напрямів здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємствами України актуалізується питання їх фінансово-економічної безпеки. Це обумовлено тим, що в цілому фінансово-економічне забезпечення

діяльності підприємств є складовою системи національної безпеки, і її забезпечення є одним із першочергових національних пріоритетів та гарантією незалежності держави. Фінансово-економічне забезпечення як категорія характеризується складністю, багатокomпонентністю і взаємозумовленістю його складових.

Метою роботи є дослідження стану фінансово-економічного забезпечення підприємства при здійсненні ним зовнішньоекономічної діяльності.

На рівні суб'єкта господарювання фінансово-економічне забезпечення формує його стійкість і передбачає існування таких економічних, фінансових і виробничих рішень при яких на законних підставах реалізуються власні економічні інтереси, що не вступають в протиріччя з іншими суб'єктами господарювання. В ринкових умовах в найближчій та віддаленій перспективах завданням підприємства є визначення конкретних короткострокових орієнтирів, досягнення яких надає можливість йому утримувати стійку позицію на ринку та власну безпеку. Фінансово-економічне забезпечення у зоні безпеки підприємства розглядається як інтервал обсягів, у межах якого забезпечується рентабельність його роботи (зона фінансової стійкості). Зона фінансової стійкості (запас міцності) визначає можливі границі маневру підприємства як у цінній політиці, так і зниженні натурального обсягу виробництва і реалізації продукції в процесі здійснення операційної діяльності при несприятливих ринкових умовах (зниження попиту, посилення конкуренції і т.д.).

Основними напрямками діяльності державного підприємства «Науково-виробничий комплекс газотурбобудування» (ДП НВКГ) «Зоря»-«Машпроект» є розробка на основі науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт високоефективної газотурбінної техніки, виготовлення і постачання головних і серійних виробів газотурбінного устаткування загального і спеціального призначення для суднобудування, газової промисловості та енергетики. Напрямами спеціалізації підприємства є морські газотурбінні установки, газотурбінні двигуни для потреб енергетики, газотурбінні установки для магістральних газопроводів [1, с. 39-44].

Підприємством у 2014 році вироблено 69 газотурбінних двигунів (у тому числі для потреб суднобудування – 16 од., газової промисловості – 38 од., енергетики – 15 од.); відремонтовано 14 двигунів та виготовлено матеріальну частину до двигунів на суму 547,0 млн грн. Загальний обсяг виробленої продукції комплексу за 2014 рік (в діючих цінах без ПДВ) склав 3,3 млрд грн., в тому числі обсяг виробленої промислової продукції – 3,1 млрд грн., науково-технічної продукції – 191,1 млн грн. Обсяг виробленої продукції (в порівнянні з 2013 роком) зріс на 0,2%, питома вага виробленої промислової продукції складає 94,2%, науково-технічної продукції – 5,8%.

Обсяги чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (без ПДВ) у 2014 році склали 2,8 млрд грн., що на 409,3 млн грн. (на 12, 7%) менше за фактичні обсяги доходу від реалізації продукції у 2013 році. У 2014 році темпи росту обсягів доходу до 2013 року становили 87,3%. Сума надходжень виручки від реалізації основної продукції зменшилась через припинення поставок до Російської Федерації. Інші операційні доходи за 2014 рік склали 1,95 млрд грн., що у 8 раз більше рівня 2013 року. Фактором впливу за різке зростання інших операційних доходів є збільшення доходу від операційних курсових різниць більше ніж в 9 разів. Тут реалізувалась здатність підприємства оперативного реагування та пристосування до чинного середовища, яке визначає умови функціонування.

Обсяги чистого доходу від реалізації продукції на експорт за 2014 рік склали 2819,0 млн грн., що становить 93,7%; на експорт поставлено продукції на суму 402,8 млн грн., що на 13,2% менше ніж за 2013 рік (припинення відвантаження продукції до Росії). Показники експорту розподіляються таким чином: промислова продукція – 2247,3 млн

грн. (85,1%), науково-технічна продукція – 312,4 (11,8%), послуги – 82,6 млн. грн (3,1%). У складі загального експорту продукція для газової промисловості складає 1415,5 млн грн. (50,2%), суднобудування – 603,9 (21,42%), енергетики – 629,9 (22,3%), інша продукція – 169,7 (6,0%). В структурі експорту найбільша частка за 2014 рік припадає, %: на Росію – 22,7; Китай – 22,0; Іран – 21,0; Індію – 18,7; Білорусь – 8,2; Казхстан – 4,0 [2, с. 69-74].

Для реалізації стратегічної цілі на розширення та диверсифікацію ринків збуту і збільшення обсягів продукції підприємством в 2014 році здійснювалася діяльність за наявними контрактами та укладені нові контракти (договори) на суму 724,4 млн грн., у тому числі: з Індією – на поставку чотирьох газотурбінних двигунів, з Китаєм – на поставку трьох газотурбінних енергетичних установок та матеріальних частин до них, з ОАЕ – на поставку комплектів запасних частин до двигунів, з Іраном – на поставку комплектів робочих лопаток турбіни та комплекту форсунок, з Болгарією та Росією – на аварійно-відновлювальний ремонт двох газотурбінних двигунів та поставку комплектів запасів. У лютому 2016 року підприємством за участю повноважних осіб Індії випробувано головний газотурбінний двигун, призначений для військово-морських сил Індії, з яких 30 суден укомплектовані його продукцією. Стратегічне співробітництво ВМС Індії і підприємства здійснюється більше 20 років, а в січні 2016 року в Індії підписано нову генеральну згоду між сторонами, яка визначає напрям і принципи співробітництва на найближчі 10 років [3].

Здійснення зовнішньоекономічної діяльності ДП НВКГ «Зоря-Машпроект» в 2013-2014 роках на засадах фінансово-економічного забезпечення демонструє достатню динамічний розвиток та має певні перспективи, а своєчасне реагування на глобалізаційні виклики щодо конкурентоспроможності продукції дають можливість стабільно здійснювати економіко-виробничу діяльність на внутрішньому та зовнішньому ринках. В цілому техніко-технологічна політика підприємства спрямована на реалізацію двоєдиної глобальної цілі: по-перше знизити ризики та забезпечити стійкість на ринку складної техніки, по-друге – підвищити ефективність діяльності та досягти стабільних фінансово-результативних показників. За фінансово-економічними складовими підприємство в досліджуваний період позиціонується як стійке оскільки на міжнародному ринку утримує досягнуті позиції та здатне в фінансовій та технологічній сферах реалізувати економічні інтереси відповідно до місії підприємства.

Література

1. Кішак І.Т. Організаційно-технологічні засади здійснення зовнішньоекономічної діяльності ДП НВКГ «Зоря-Машпроект» / І.Т. Кішак, Р.С. Зубков // Збірник наукових праць Миколаївського державного університету ім. В.О. Сухомлинського «Економічні науки». – Вип. 1. – 2013. – С.39–44.
2. Кішак І.Т. Економічна безпека підприємства при здійсненні ним зовнішньоекономічної діяльності / І.Т. Кішак, Н.О. Корнєва // Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В.О. Сухомлинського. Економічні науки: збірник наукових праць / за ред. І.Т. Кішака – №2 (5) червень 2015. – С. 69-74.
3. Владимирова М. Установки «Зоря»-«Машпроект» для ВМС Індії / М. Владимирова // Южная правда, 2016. – 20 февраля.

УДК 330.46:005

Ус Г.О., д.е.н., професор

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОДИН ІЗ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний стан економічного розвитку провідних країн світу характеризується становленням інформаційної економіки, коли основним засобом і предметом суспільного виробництва стає інформація, а основним видом ресурсів – інформаційні, що є вихідним фактором людської діяльності [1].

Умови розвитку сучасної економіки визначаються новою формою організації – інформаційним суспільством. Фундаментальними дослідженнями сутності поняття інформаційного суспільства, трансформаційних процесів, які проходить людство на шляху до нього, проблем і перспектив його розвитку є праці таких вчених як М. Кастельса, П. Дракера, Е.Тофлера, А. Чухно та інші. Ними розглядаються в основному проблеми інформаційної економіки, на макрорівні. Однак практично недослідженими залишаються проблеми мікрорівня економіки, проблеми оцінки інформаційного потенціалу підприємств.

Підприємства та організації перебувають у пошуку шляхів досягнення більш високої продуктивності бізнесу, підтримки конкурентних переваг за рахунок ефективного використання ресурсів та оптимальної організації виробництва. Це потребує постійної модернізації систем управління, які повинні реагувати на все нові виклики, що стосуються глобальної економіки, багатократного посилення конкуренції за споживача, зростання темпів науково-технічного прогресу та переходу до інноваційної економіки, зі збільшенням масштабів, ускладненням технологій та зростання ролі інформаційних потоків у виробництві.

До інформаційного потенціалу підприємств включають інформаційні, інтелектуальні та інші нематеріальні активи, що містять:

- знання і досвід працівників, які оцінюють за допомогою кількісних показників рівня освіти, рівня класифікації, виробничого стажу тощо. Якісні показники оцінення свідчать про наявність досвіду роботи в іноземній фірмі та вміння виготовляти продукцію на експорт, проходження курсів підвищення кваліфікації персоналу;

- технічну документацію, якість якої вимірюється рівнем інформаційного потенціалу та оцінюється як кількісними так і якісними показниками;

- економічну інформацію (маркетингову, дані про економічних контрагентів підприємства, технології, техніко-економічні характеристики обладнання, забезпеченість економічною інформацією, яка необхідна для прийняття обґрунтованих і економічно ефективних рішень);

- права власності на продукти інтелектуальної праці, що свідчать про високий рівень інформаційного потенціалу та рівень його правової захищеності, для його оцінки застосовують вартісний підхід: витратний метод, метод доходів, метод аналогій, визначення ринкової вартості;

- сертифікати відповідності стандартам якості, вимогам екологічної безпеки, що підтверджують імідж підприємства у споживачів, ділову репутацію, збільшують конкурентоспроможність продукції;

- програмне, інформаційне забезпечення інформаційних систем і технологій, рівень якого можна оцінити відомими показниками комп'ютеризації, коефіцієнтами їх прогресивності, оновлюваності;

- засоби комунікації та зв'язку, інформаційні системи та технології управління, рівень оснащеності засобами комунікації та зв'язку оцінюють порівнянням з кращими

підприємствами ринку чи у галузі;

- корпоративну культуру і соціально-психологічний клімат на підприємстві, що є вирішальним чином впливає на успіх реалізації потенціалу підприємства, і для їх оцінки використовують методи соціології;

- партнерські зв'язки з економічними контрагентами вказують на високий рівень інформаційного потенціалу і можливість його реалізації, наявність добре налагодженої та перевіреної часом збутової мережі та системи товарообігу;

- імідж та ділову репутацію, що є складовими ринкової вартості (гудвіл) і впливають на ефективність діяльності підприємства на ринку та безпосередньо залежать від неї.

Оцінка інформаційного потенціалу підприємства використовується для регулювання податку на прибуток та обсягу амортизаційних відрахувань, збільшення ринкової вартості підприємства та інших цілей[2]. Комплексну оцінку інформаційного потенціалу підприємства можна виконати за допомогою математичного методу відстаней:

$$P_{in} = \sum_{i=1}^n (1 - \delta_i) \cdot B_i$$

де n – кількість показників; B_i - вага i -го показника; δ_i – відносна оцінка i -го показника. За ступенем відхилення фактичних значень від середньозваженого можна судити про рівень інтелектуальної складової інформаційного потенціалу підприємства.

При цьому кількісні оцінки показників слід порівнювати безпосередньо, а якісні переводити в бали. Вагомості показників визначають експертним методом, еталоном для порівняння може бути найкраще значення середньогалузевого показника.

Інформаційну забезпеченість підприємства характеризують ступінь повноти, точності і суперечливості інформації, необхідної для прийняття ефективних інноваційних рішень. Для оцінювання рівня інформаційної забезпеченості використовують такі коефіцієнти:

- показник повноти інформації, що розраховується як відношення обсягу інформації, яка є в розпорядженні особи, що приймає рішення і обсягу інформації, необхідної для прийняття обгрунтованого рішення;

- показник точності інформації, що розраховується як відношення обсягу релевантної інформації до загального обсягу інформації;

- показник суперечливості інформації, що розраховується як відношення кількості свідчень на користь ухвалення рішення до загальної кількості незалежних свідчень у сумарному обсязі релевантної інформації.

Рівень інформаційної оснащеності підприємства може бути визначений як добуток трьох вище наведених показників.

Підтриманням інформаційного потенціалу на належному рівні та забезпеченням його розвитку повинні займатись служби підприємства, що відповідають за підвищення рівня знань і кваліфікації персоналу; за комплектність та якість технічної документації; за сертифікацію продукції, технологій і виробництва в цілому; за впровадження, використання, підтримання працездатності, модернізацію інформаційних систем і технологій, засобів комунікації та зв'язку; відділ маркетингу за повноту та якість економічної інформації, що характеризує зовнішнє середовище та контрагентів підприємства; економічні і фінансові підрозділи за внутрішнє середовище та ефективність діяльності підприємства [3].

Отже, для забезпеченості інформаційного потенціалу та його розвитку необхідна підтримка на належному рівні всіх інших складових інноваційного потенціалу, злагодженої роботи всіх підрозділів підприємства, що приймають участь у його формуванні.

Література

1. Мельник Л.Г., Ільяшенко С.Н., Касьяненко В.А. Экономика информации и информационные системы предприятия. / Л.Г. Мельник, С.Н. Ильяшенко, В.А. Касьяненко // Учебн. пособ. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2004. – 400с.
2. Махнуша С.М. Нематериальные активы предприятия и эффективность их использования / С.М. Махнуша // Механізм регулювання економіки, 2003. - № 3. – С. 186-193.
3. Ільяшенко С.М. Управління інноваційним розвитком /С.М. Ільяшенко // Навчальний посібник. – 3-ге вид., стер. – Суми : Університетська книга, 2014. – 324 с.

Daniela Ventsislavova Georgieva, *Assistant professor, ph.d.*
International business school, Botevgrad

INNOVATIONS AND BULGARIAN BUSINESS

The modern understanding of economic growth is largely identified with the Austrian economist Joseph Alois Schumpeter's vision about the nature of innovations. In this aspect the economic development of nations world wide depends on "new combinations" [1]. "Combining" new existing resources results in innovations on the market which aims to long term economic growth and prosperity. As of today no specialized literature defines the term "innovation". We can say that majority of the suggested characteristics look at the innovations at their most broader sense - new or updated products or services the realization of which brings economic or social benefits [2, 3, 4]. Not only the innovations should bring new and competitive advantages for the companies using them but they have to be practically applicable and to satisfy specific market needs. Thus an organization that fails to meet customers' expectations via introducing innovations goes on to be uncompetitive both on the local and the global market.

According to Innovation Union score board, Bulgaria falls in the modest innovators group [5]. The main reason for that weak innovative efforts our country makes is the "indifference" the business shows towards the need for innovative products and services. A national representative empirical research of the business in Bulgaria made in 2015 confirms those negative tendencies. The research features 1000 firms who were questioned about their activities. Some of the questions concern their priorities and attitude towards innovation.

For the purposes of this study this treatment considers most important the answers to: "Is there innovative products and services in your enterprise" and "Do you think that business in Bulgaria shows interest in scientific development in favor of creating new products and services on the market?" Analyzing the answers to these two questions we can make the following conclusions:

First of all 73.8% of the respondents denied developing innovative product or service. Only 18.7% claimed they hold innovations and 7.5% couldn't answer (see fig.1). We have to point out that the question doesn't ask if the innovations are introduced to the market. So the respondents are not aware that an object should be applicable to the market in order to meet the definitive criteria of innovation.

Secondly, 34.3% think that the business is interested in financing innovations. 11.7% of them have innovative products and services developed and 19.4% don't. The percentage of respondents who have the opposite opinion - that the business doesn't want to invest in innovations, is close (32.3%). Of that 2.7% have innovative products and services developed and 19.6% don't. Those who can't decide are a noticeable 33.4 % (see fig.2).

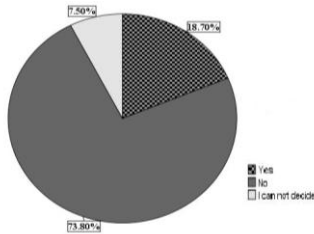


Fig.1. Is there innovative products and services in your enterprise?, %

Source: National survey of the business (2015)

Base: 1000 (own calculations)

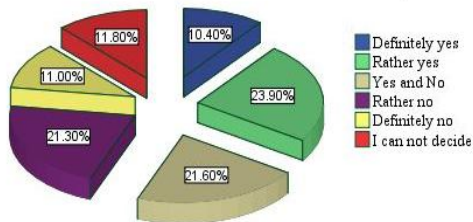


Fig.2. Do you think that business in Bulgaria shows interest in scientific development in favor of creating new products and services on the market?, %

Source: National survey of the business (2015)

Base: 1000 (own calculations)

When firms were asked what you spend the most of your money on when developing an innovative project, 36.84% said on buying new tangible and intangible assets; 16.35% said research and development (R&D) (see fig.3). We should point out that not all research and development leads to innovation but all innovation is preceded by R&D. So R&D is a building block of the innovation process and thus a premise for economic growth and social development. However, the data shows that the organizations underestimate the importance of R&D for their innovative projects success.

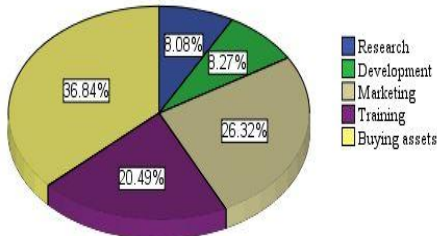


Fig.3. For which innovation activity your organization will spend more resources?, %

Source: National survey of the business (2015)

Base: 532 (own calculations)

This statement is supported by the fact that 1/3 of the organizations in the survey that are

creating innovative product or service would spend the majority of their budget on R&D. The tendency among organizations in the survey that don't create is even more negative. In that case only 1/10 would spend resources mainly on R&D. Looking at the research data we can tell there is a correlation between organizations that make innovations and what in the developing process do they spend the most on (Cramer's V:0.225, $p < 0.0001$).

The results show that innovative activity and "culture" among the participating organizations is very low. They prioritize buying tangible and intangible assets which is revealing of their low technological innovation. In addition we can claim that participating enterprises are lightly aware of the nature and role of innovations for the micro and macro economic growth which leads to low investments in R&D. One of the main priorities of Bulgaria is investments in R&D to reach 1.50% of the national gross domestic product (GDP) by the year of 2020. Data from the National statistical institute of Bulgaria show that for the period 2004 - 2012 the average share of R&D expenditures of GDP is only 0.52%. In order to achieve the share of 1.50% Bulgaria must improve and enhance the overall innovation activity of enterprises. It cannot be done if enterprises' management misinterpret the role and the need of innovations. In addition it can be mentioned that there is a need of reviewing and updating the theoretical concept of innovation.

List of literature used

1. Schumpeter, J., Theory of Economic Development, 1911.
2. Oslo manual, Proposed Guidelines for collecting and interpreting technological innovation data, 2012, OECD, p.9.
3. Drucker, P. selected by Drucker, "Classics and Style" LTD, S., 2004, p.31.
4. Global Innovation Index 2012, Global growth through innovative co-management "Investment, innovation and entrepreneurship" department "Innovation and Entrepreneurship", S., 2013, p.9.
5. Innovation Union Scoreboard 2015, http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/files/ius-2015_en.pdf, p.5, last seen in 23.03.2016.

УДК 336.63

Білик Т.О., к. е. н., доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В.Гетьмана»,

Білик О.А., здобувач

Київський національний торговельно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КОЛАПСУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

В умовах системної фінансової кризи, що розпочалася в Україні ще 2008 року і в останні роки загострилася унаслідок революції, військових дій і вимушеного розриву економічних зв'язків з Російською Федерацією, переважна більшість вітчизняних підприємств зіткнулася з проблемою дефіциту фінансових ресурсів. Основними причинами цього послужили суттєве зменшення виручки і колапс локального фінансового ринку. Якщо в таких умовах традиційний метод збільшення оборотних коштів через нарощення кредиторської заборгованості від операційної діяльності стає неможливим, підприємства вимушені вдаватися до нетрадиційних методів залучення ресурсів від інших видів господарської діяльності. На основі [1, с. 32] виведемо усіх можливих кредиторів від фінансової й інвестиційної діяльності підприємства та виділимо найбільш можливих господарюючих суб'єктів, що в нинішніх умовах частіше за все виступають кредиторами українських підприємств:

- 1) зобов'язання від фінансової діяльності:

- зобов'язання підприємств за залученими кредитними ресурсами: банки, інвестиційні фонди, недержавні пенсійні фонди, страхові компанії, лізингові компанії, інші юридичні особи, фізичні особи;
 - зобов'язання зі сплати дивідендів, купонного дисконту або своєчасного викупу цінних паперів власної емісії: банки, інвестиційні фонди, недержавні пенсійні фонди, страхові компанії, лізингові компанії, міськдержадміністрації, Мінфін, ФДМУ, інші юридичні особи, фізичні особи;
 - сплата підприємством комісії щодо забезпечення емісії цінних паперів та їх розміщення серед інвесторів: банки, рейтингові й інші консалтингові агенції;
- 2) зобов'язання від інвестиційної діяльності:
- витрати з придбання необоротних активів: підприємства-виробники обладнання або ринкові посередники, лізингові компанії й банки (за умов залучення лізингового кредиту, що характеризує фінансову діяльність), страхові компанії (при страхуванні придбаних необоротних активів);
 - витрати з придбання та продажу цінних паперів інших підприємств: банки, брокерські компанії (у т. ч. компанії з управління активами).

Згідно до ст. 1 Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» [2], кредитором є «юридична або фізична особа, яка має у встановленому порядку підтвержені документами вимоги щодо грошових зобов'язань до боржника, щодо виплати заборгованості із заробітної плати працівникам боржника, а також органи державної податкової служби та інші державні органи, які здійснюють контроль за правильністю та своєчасністю справляння податків і зборів (обов'язкових платежів)». Отже, вище нами складено повний перелік можливих кредиторів підприємств з неосновної діяльності. З огляду на кризовий стан локального фінансового ринку, з наведеного переліку можна виділити лише органи державного й місцевого врядування, міжнародні фінансові установи (банки), а також окремих фізичних осіб як найбільш поширених нинішніх кредиторів вітчизняних підприємств. В основному це пояснюється високим рівнем облікової ставки НБУ - на рівні 22% (що суттєво здорожує вітчизняні кредитні ресурси) [3], колапсом фондового ринку й мізерними торговими обсягами (за останній рік індекс ПФТС впав на 47%, з 424 до 223 пунктів) [4], нестабільними грошовими надходженнями підприємств (їх збутовою базою), стрімким здешевленням національної валюти, зазвичай повним контролем над підприємствами з боку обмеженого кола фізичних осіб і необхідністю докапіталізації з їх боку.

Нажаль, в умовах політичної нестабільності й військових дій, окупації частини територій з боку Російської Федерації та інших загроз, доступ вітчизняних підприємств на міжнародні фінансові ринки також неможливий. Окреме фінансування здійснюється в межах міждержавних угод або за інвестиційними програмами з ЄБРР, Світовим банком, в межах Токійської угоди, але питома вага таких грошових надходжень є порівняно незначною.

Сприятливим фактором перспективного нарощення обсягу прямих іноземних інвестицій є поступові урядові реформи, направлені на поліпшення інвестиційного клімату. Так, наприкінці травня 2015 р., згідно з рейтингом International Business Compass, Україна за рівнем інвестиційної привабливості за рік перемістилася з 109 на 89 позицію, опинившись між Філіппінами і Мальдівами [5]. З іншого ж боку, неквапливість урядових реформ (викликана у т. ч. тривалою політичною кризою і перманентною зміною складу уряду країни) виступає основним ризиком затримки міжнародних кредитно-інвестиційних програм. Зокрема, з боку МВФ з початку року не було виділено жодного траншу за раніше укладеною кредитною лінією «stand by», загальним обсягом 16,5 млрд. дол. (з неї в Україну за 2 роки надійшло менше половини).

Отже, за умов глибокої кризи вітчизняним підприємствам доводиться вдаватися до таких небажаних джерел фінансування, як нарощення кредиторської заборгованості та докапіталізація за рахунок окремих фізичних осіб та державних фінансових органів. Нажаль, масштабність такої тенденції слугує красномовним симптомом високої загрози подальшої рецесії національної економіки зі зростанням кількості корпоративних банкрутств.

Література

1. Заворотній Р. І. Розрахунки будівельних підприємств з кредиторами / Розвиток фінансової системи України в умовах ринкових трансформацій: Збірник матеріалів III Всеукраїнської наук.-практ. конф., 16-17.02.2006 р. Т. 2. – Вінниця: Книга-Вега, 2006. – 289с. – С. 34.
2. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 14.05.1992 р. №2343.
3. Облікова ставка Національного банку України // Національний банк України. – [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=53647 (Доступний станом на 30.03.2016 р.).
4. Індекс ПФТС: архив значень // Investfunds.ua. – [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://investfunds.ua/markets/indicators/indeks-pfts/> (Доступний станом на 30.03.2016р.).
5. Прямі іноземні інвестиції в Україну в третьому кварталі 2015 року зросли на \$ 1,1 млрд. // Дзеркало тижня. – [Електронний ресурс] Режим доступу: http://dt.ua/ECONOMICS/pryami-inozemni-investiciji-v-ukrayinu-v-tretomu-kvartali-2015-roku-zrosli-na-1-1-mlrd-191266_.html (Доступний станом на 30.03.2016р.).

УДК: 631.1

Васильєва О.О., к.ф.-м.н., доцент

Запорізький національний технічний університет

ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ОБМЕЖЕНОСТІ РЕСУРСІВ

Фінансово-господарська діяльність підприємств аграрного сектору обумовлена рядом факторів, серед яких ключову роль відіграє ресурсний потенціал, й характеризується кількістю та номенклатурою продукції, що випускається, та обсягом її реалізації. Обсяг випущеної сільськогосподарської продукції залежить від наявності та раціонального використання земельних ресурсів – сільськогосподарських угідь, матеріально-технічних ресурсів, фінансових ресурсів та кадрового забезпечення підприємств. Виробництво продукції сільськогосподарських підприємств здійснюється на основі єдності таких чинників – земля, трудові, фінансові та матеріальні ресурси. При недостатньому забезпеченні підприємства хоча б одним із перелічених вище ресурсів ускладняється процес виробничої діяльності.

Ресурсний потенціал сільського господарства, в основі якого знаходяться високопродуктивні землі сільськогосподарського призначення та сприятливі агрокліматичні умови, має значні можливості щодо збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, внеску галузі в підвищення рівня продовольчої та енергетичної безпеки, зростання експортного потенціалу держави.

Оцінку фінансово-господарської діяльності підприємств прийнято здійснювати на основі показників прибутку та рентабельності. На початку ринкової трансформації одержавленого сектора сільського господарства вважалося, що саме приватна власність і

ринок забезпечать підвищення продуктивності й ефективності агропідприємств і зростання добробуту селян. Але обсяги валової продукції сільського господарства у 2013 р. у порівнянні з 1990 р. зменшилися на 31,4%, а рівень рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції з - 42,6% до 11,1% [4, с. 8].

На сьогоднішній день спостерігається зростаюча тенденція обмеження ресурсів. На жаль, більшість вітчизняних сільськогосподарських підприємств прагнуть отримати максимально можливий прибуток за мінімальний термін, не дбаючи про економію та раціональне використання ресурсів [1]. За роки реформ у сільському господарстві відбулись зміни, що призвели до скорочення основних фондів, зниження технічної оснащеності, недостатня забезпеченість фінансовими ресурсами не дозволяє здійснювати необхідні виробничі витрати й забезпечувати нормальний технологічний процес виробництва сільськогосподарської продукції. Основними напрямками використання фінансових ресурсів є покриття витрат на виробництво і реалізацію продукції, платежі до бюджету, витрата на виплату дивідендів. Більшість сільськогосподарських підприємств на сьогодні є неплатоспроможними. Фінансові ресурси підприємств аграрного напрямку виробництва в основному представлені лише кредиторською заборгованістю, оскільки рівень рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції на сучасному етапі розвитку галузі знаходиться у стані, коли можливості накопичувати капітал є обмеженими.

Стабільно високі врожаї в рослинництві досягаються завдяки дотриманню оптимальної науково обгрунтованої структури посівних площ, яка досягається максимальним насиченням сівозмін окремими культурами, але не веде до порушення екологічного балансу у агроеносі і забезпечує відтворення родючості ґрунтів за умови застосування відповідних систем удобрення, обробітку ґрунту та захисту рослин.

Впродовж останніх років в сільському господарстві відбувається звужене відтворення родючості ґрунтів, для якого характерне зменшення вмісту гумусу й поживних речовин. При сучасному землекористуванні утворюються руйнівні процеси земельних ресурсів, що в свою чергу наносить збитки в сільському господарстві. Одною з перших причин погіршення якісного стану ґрунтів є: забруднення ґрунтів пестицидами, важкими металами, порушення співвідношення основних елементів мінеральних добрив, тобто антропогенне навантаження.

Сільськогосподарські угіддя України характеризуються високим рівнем освоєння та розораності територій, недотриманням оптимальних нормативів щодо структури посівних площ: збільшення питомої ваги технічних культур за рахунок зменшення частки однорічних та багаторічних трав. Для забезпечення раціонального та ефективного використання земельних ресурсів сільськогосподарських підприємств необхідно: запровадити нові та вдосконалити вже існуючі системи землекористування, що спрямовані на якісний стан земель та на збереження родючості ґрунтів; сформувати екологічну мережу на території сільськогосподарських підприємств; запровадити механізм щодо захисту прав громадян на земельні ділянки, які за ними рахуються; поступово вилучати з користування малопродуктивні та забруднені землі сільськогосподарського призначення [2, с. 105].

Охорона ґрунтів в Україні розглядається як система заходів боротьби з деградаціями, збереження та підвищення родючості ґрунтових різновидів. В охороні ґрунтів головними завданнями є мінімізація розораності, максимальне відновлення природних ландшафтів, створення сприятливих умов для екологічно повноцінного функціонування ґрунтів.

Враховуючи внутрішні потреби в продовольстві та за грози виснаження ґрунтових ресурсів, що пов'язані з господарською діяльністю людини, природними ерозійними

процесами, на далекострокову перспективу площі ріллі необхідно зменшити, а сіножаті та пасовища - збільшити. Наступним завданням є врегулювання структури посівів із жорстким обмеженням частки технічних культур. Вимагає збільшення поголів'я сільськогосподарських тварин, що дозволить вирішити проблему білкового голодування населення та забезпечити галузі рослинництва органічними добривами [3, с. 9].

Господарський стан більшості аграрних підприємств нині не дозволяє їм самостійно впроваджувати увесь комплекс заходів, пов'язаних з відтворенням родючості ґрунтів. Вирішення проблеми екологічно збалансованого агровиробництва, ефективного використання ґрунтів та підвищення їх родючості має бути пов'язане з комплексом економічних, науково-технічних та організаційно-правових заходів з боку держави.

На ефективність використання землі впливає наявність сучасної сільськогосподарської техніки. Матеріально-технічна база сільськогосподарських підприємств значно зменшилася кількісно, морально і фізично застаріла. Лише майже 10% агроформувань застосовують новітні агротехнології світового рівня, а в переважній більшості суб'єктів господарювання аграрного сектору на полях і фермах домінують витратні технології [4, с. 5].

Інтеграція аграрного сектору України у світовий економічний простір потребує переходу його системи інженерно-технічного забезпечення на міжнародні стандарти, налагодження зв'язків з іноземними науковими центрами та провідними світовими виробниками сільськогосподарської техніки. Це передбачає розроблення та впровадження ресурсозберігаючих технологій і технічних засобів для інноваційного розвитку агропромислового комплексу, формування та розвиток ринку матеріально-технічних і енергетичних ресурсів.

Сільське господарство є однією із монопольних та незахищених галузей й відіграє ключову роль у забезпеченні добробуту населення та продовольчої безпеки. Продуктивність, ефективність, екологічність аграрної сфери, її соціальний аспект в значній мірі залежить від регулятивних дій держави. Тому для подолання кризового стану у сільському господарстві необхідна державна підтримка аграрного сектору, спрямована на відновлення його матеріально-технічної бази та його розширене виробництво, що потребує комплексного дослідження проблем підвищення ефективності формування та використання ресурсного потенціалу.

Стимулюючим фактором для розвитку фінансування сільського господарства є нестабільність умов господарювання, що зумовлюється впливом погодних умов, ціновою нестабільністю, змінами в законодавчому і нормативно-правовому регулюванні. У цих умовах особливої уваги потребує системне вирішення проблем сільського господарства та створення відповідного механізму його державного фінансового забезпечення й підтримки сталого розвитку[5, с. 35].

Література

1. Вяткін П. С. Теоретичні аспекти дослідження показників діяльності сільськогосподарських підприємств [Електронний ресурс] / П. С. Вяткін. // Економіка. Управління. Інновації. - 2012. - № 1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_10.
2. Піняга Н.О. Ресурсний потенціал сільськогосподарських підприємств у контексті сталого їх розвитку / Н.О. Піняга // Інноваційна економіка. - 2013. - № 6 (44). - С. 103-106.
3. Оліферук С. Природно-ресурсний потенціал сільського господарства: управління розвитком / С. Оліферук // Економіст. - 2013. - № 3. - С. 7 - 10.
4. Мельник Л.Л. Національна модель сільського господарства та напрями її наближення до моделі економічно розвинених країн / Л.Л. Мельник, С.В. Васильєв, В.О. Олексюк // Агросвіт. - 2015. - № 1. - С. 3 - 9.
5. Біляк Ю.В. Аграрний сектор - одна з найбільш перспективних галузей, що забезпечують зростання української економіки / Ю.В. Біляк // Агросвіт. - 2015. - № 23. - С. 33-38.

УДК 338.434

*Демиденко Л.М., к.е.н., доцент
Полтавська державна аграрна академія*

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сільське господарство було і залишається однією з найважливіших галузей економіки України, яка гарантує продовольчу безпеку й стабільний розвиток. Для його ефективного функціонування потрібне своєчасне і стабільне забезпечення фінансовими ресурсами, які змогли б задовольнити потреби в обігових коштах, були б використані для купівлі та оновлення основних засобів, впровадження інноваційних технологій. При вирішенні питань, пов'язаних з фінансовим забезпеченням сільськогосподарських підприємств, особливої уваги потребує розгляд питання, що стосуються кредитування.

Основою фінансового забезпечення сільськогосподарських підприємств мають бути власні фінансові ресурси, але далеко не всі підприємства можуть здійснювати фінансування виробничо-господарської діяльності по наступним причинам:

- ✓ велика кількість підприємств є збитковими, тому не мають джерел нагромадження;
- ✓ статутний та резервний капітал не спрямовуються на поточне фінансування виробничої діяльності;
- ✓ практично відсутні приватні інвестиції у сільське господарство.

Сільське господарство є кредитомісткою галуззю, її нормальне функціонування без кредитних відносин неможливе. Це, в свою чергу, зумовлене наступними причинами [2]:

- ✓ нестача вільних фінансових ресурсів;
- ✓ висока капіталомісткість і порівняно низька фондовіддача;
- ✓ сезонність виробництва;
- ✓ значна тривалість виробничого циклу;
- ✓ залежність від природно-кліматичних умов.

Сьогодні банківське кредитування є найпоширенішим, але аж ніяк не найдешевшим способом залучення фінансування. Сезонність і ризикованість агробізнесу, відсутність ліквідності на ринку і політичні процеси в країні обумовлювали консервативну політику кредитування в 2014–2015 рр., а також збільшені вимоги до позичальників і застав. Гучні дефолти призводять до того, що банки-кредитори продовжують посилювати свої вимоги до позичальників, а також намагаються диверсифікувати свої портфелі за допомогою встановлення окремих лімітів на великих позичальників.

Загальна ситуація на ринку кредитування диктує нові правила гри: банкіри уникають впровадження нових інструментів фінансування, вкрай неохоче йдуть на кредитування під заставу майбутнього врожаю, а також все більшу увагу приділяють розвитку бездокументарних форм кредитування замість традиційних кредитів.

Найбільш затребуваними продуктами, які пропонують банки, орієнтовані на роботу з агросектором, є [1]:

1) кредити на фінансування оборотних коштів: сезонні кредити тривалістю від 6 до 36 місяців. У середньому, термін життя кредиту становить 6-12 місяців і, як правило, він видається під потреби двох періодів – весняного і осіннього. Відсоткові ставки в гривні ранжуються від 28% до 31% (початок 2014 року: 17-25%), а схеми погашення адаптовані під потреби підприємств, що кредитуються: графік виплат будується залежно від очікуваних термінів надходження грошових коштів;

2) інвестиційні кредити на покупку техніки або фінансування довгострокових проектів (наприклад, будівництво елеваторних потужностей). Термін життя таких

продуктів більш тривалий і становить 3 – 8 років, однак є й більш короткі програми, які теж можуть пропонуватися в залежності від специфіки бізнесу клієнта. За даними експертів галузі, останнім часом спостерігається сплеск активності в цьому сегменті, пов'язаний з тим, що господарства, прагнучи захиститися від девальвації і вкласти накопичені раніше кошти, охоче йдуть на купівлю техніки, особливо якщо продавець може запропонувати будь-які спеціальні програми або фіксацію курсу для активів, які були ввезені в Україну в першій половині 2014 року.

Зниження відсоткових ставок можливе за умови наявності в позичальника високоліквідних і надійних в умовах економічної невизначеності та інфляційного середовища предметів застави, в якості яких основні засоби більшості сільськогосподарських підприємств в найближчий час навряд чи зможуть фігурувати.

Ефективним предметом застави могла б бути земля, але через незавершеність земельної реформи та недосконалість законодавчої бази цей резерв поки що залишається невикористаним. Тому, вирішення проблеми залучення довгострокових інвестиційних ресурсів в сільське господарство, пов'язане, на наш погляд, з освоєнням іпотечного кредитування, необхідною умовою якого є визнання того факту, що земельна ділянка має певну цінність.

На наш погляд, до основних чинників, які гальмують становлення повноцінного іпотечного кредитування в аграрному секторі України, належать:

- ✓ відсутність ринку землі (відсутність чітких законодавчих гарантій приватної власності на землю, прав позичальників та кредиторів, недовіра людей до влади та здійснюваної соціально-економічної політики);
- ✓ нерациональна структура землекористування та землеволодіння, а також недостатньо ефективна державна підтримка землекористувачів та землевласників, що займаються виробництвом сільськогосподарської продукції, на тлі вкрай низької доходності сільськогосподарських підприємств, високої потреби в інвестиціях у сільське господарство, а також низької купівельної спроможності населення);
- ✓ відсутність правових підстав для включення до предмета іпотеки права оренди земель сільськогосподарського призначення;
- ✓ методичні підходи до оцінки заставної вартості земельних ділянок, що обмежують права та інтереси селян, тощо.

Вважаємо, що проблема співвідношення вартості застави сільськогосподарських угідь та суми кредиту є одним із найважливіших чинників, що стримує іпотечне кредитування у сільському господарстві.

Отже, для виконання іпотекою своїх функцій у сільському господарстві необхідний адекватний механізм, під яким слід розуміти сукупність правових, організаційних, фінансово-економічних інструментів та способів їх застосування для регулювання відносин між учасниками інвестиційного процесу з приводу ресурсів, гарантією ефективного використання яких є застава нерухомості (іпотека). Для цього необхідно вирішити наступні завдання:

- ✓ створити цілісну систему земельно-іпотечного кредитування, що забезпечить реалізацію на земельно-іпотечному ринку нових банківських і фінансових продуктів та послуг;
- ✓ створити систему інституцій, що забезпечують оборот іпотечних позик та забезпечити правове регулювання їх діяльності;
- ✓ завершити приватизацію земель сільськогосподарського призначення на умовах її прозорості;
- ✓ забезпечити правову єдність земельної ділянки та розміщених на ній будівель, споруд і насаджень;

✓ забезпечити надання нотаріальних послуг, оціночної та страхової діяльності та створити судовий механізм для розгляду випадків, пов'язаних з погашенням іпотечного боргу тощо.

Література

1. Гаврилюк О. Фінансові ресурси [Електронний ресурс] / Гаврилюк О., Терещенко Ю., Швед Ю. // Ведення аграрного бізнесу в Україні. – 2015. – С. 20–29. – Режим доступу: http://ucab.ua/files/Survey/Doing/Doing_2015_ukr_web.pdf.
2. Галанець В. Сучасний стан кредитування сільськогосподарських підприємств в Україні / Галанець В., Назар М. // Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія : Економіка АПК. – 2014. – № 21(1). – С. 37–41.

УДК 658.27:631.11

Дивнич О.Д., к.е.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНІКОЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

У пореформований період в Україні спостерігаються протилежні тенденції у відтворенні сільськогосподарської техніки в різних категоріях господарств. Так, кількість тракторів у господарствах населення за 2000 – 2014 рр. збільшилася на 87 тис. од. (86,1 %), а кількість зернозбиральних комбайнів зросла в 11 разів до 23 тис. од. Однак, така ситуація зумовлена не збільшенням капітальних інвестицій, здійснюваних господарствами населення для придбання нової техніки, скільки збільшенням обсягів передачі частини техніки сільськогосподарськими підприємствами селянам, які вирішили вилучити свої майнові паї або викупом зношеної техніки за залишковою вартістю.

Використання техніки ускладнилося роз'єднанням елементів продуктивних сил. Практично типовою стала ситуація, коли власники землі – це один склад людей, власники майна – вже інший, а персонал сільськогосподарського підприємства – ще інший. Через це використання техніки стає дорогим, не завжди господарство вільно розпоряджається орендованою технікою. Значно складнішим і дорожчим для сільськогосподарського підприємства є користування технікою, яка належить окремим особам, приватним фірмам. Сільськогосподарські підприємства, які змушені залучати машини зі сторони, потрапляють у значно гірші умови, ніж виробники, які забезпечені власною технікою або оформленою як орендована [1, с. 537].

Статистичні дані переконливо свідчать про тенденції скорочення кількості усіх видів техніки в сільському господарстві України. Так, кількість тракторів всіх марок за 2010 – 2014 рр. в Україні зменшилася на 13,5 % і становить 130,8 тис. од. У структурі тракторів за потужністю найбільшу питому вагу займають трактори потужністю від 40 до 60 кВт – 33,8 %, від 60 до 100 кВт – 31,9 % та трактори потужністю 100 кВт і більше – 28,8 %, тобто середня потужність двигуна трактора поступово зростає [2]. Така тенденція позитивно впливає на інтенсивність ведення сільськогосподарського виробництва, оскільки більш потужні трактори здатні виконувати більше операцій з вищим рівнем продуктивності.

За досліджуваній період кількість тракторних причепів зменшилася на 26,4%, сівалок – на 9,4%, жатки валові – на 11,4%, комбайни зернозбиральні – на 17 %, комбайни кукурудозбиральні – на 30%, кормозбиральні – на 32,7%, бурякозбиральні машини – на 35,2%.

Енергозасоби та сільськогосподарські машини для тваринництва зменшувалися

дещо меншими темпами порівняно з рослинництвом: роздавачі кормів для великої рогатої худоби – на 22,5 %, транспортери для прибирання гною – на 27,1 %, доїльні установки та апарати – на 3,6 %, а кількість роздавачів кормів для свиней збільшилася на 78,7 %.

Таблиця 1. Розподіл основних видів сільськогосподарської техніки у сільськогосподарських підприємствах за розміром сільськогосподарських угідь у 2014 році

Показники	Трактори – всього				Зернозбиральні комбайни			
	Кількість підприємств, які мають техніку		Кількість техніки		Кількість підприємств, які мають техніку		Кількість техніки	
	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%
Підприємства, що мали сільськогосподарські угіддя	19333	100	128134	100	10864	100	26874	100
у т.ч. площею, га								
до 50,0	5253	27,2	8930	7,0	1483	13,7	1735	6,5
50,1–100,0	2372	12,3	4936	3,9	1000	9,2	1190	4,4
100,1–500,0	4979	25,8	18332	14,3	2907	26,8	4218	15,7
500,1–1000,0	2134	11,0	13973	10,9	1587	14,6	3244	12,1
1000,1–2000,0	2168	11,2	23792	18,6	1753	16,1	5150	19,2
2000,1–3000,0	1060	5,5	17299	13,5	912	8,4	3518	13,1
3000,1–4000,0	511	2,6	9999	7,8	454	4,2	2032	7,6
4000,1–5000,0	276	1,4	6617	5,2	242	2,2	1307	4,9
5000,1–7000,0	275	1,4	7612	5,9	253	2,3	1552	5,8
7000,1–10000,0	134	0,7	4696	3,7	121	1,1	863	3,2
більше 10000,0	171	0,9	11948	9,3	152	1,4	2065	7,7
Підприємства, що не мали сільськогосподарських угідь	403		2677		115		322	

Джерело: розраховано автором за даними [2]

Як свідчать дані табл. 1, 39,5 % сільськогосподарських підприємств, що мають трактори і ведуть сільське господарство на площі до 100 га, володіють 10,9 % тракторів, 36,8 % підприємств з площею 100 – 1000 га мають у своєму володінні 25,2 %, 19,3 % підприємств з площею 1000 – 4000 га мають у своєму розпорядженні 24,1 % тракторів.

Щодо розподілу зернозбиральних комбайнів серед сільськогосподарських підприємств з різною площею спостерігається аналогічна ситуація щодо розподілу тракторів.

Зокрема, 22,9 % підприємств з площею до 100 га мають у своєму розпорядженні 10,9 % зернозбиральних комбайнів, 41,4 % з площею 100 – 1000 га володіють 27,8 % зернозбиральних комбайнів, 28,7 % підприємств (1000 – 4000 га) – 39,9 % комбайнів, а 7 % підприємств, що мають площу землекористування сільськогосподарських угідь більше 4000 га володіють 21,6 % зернозбиральних комбайнів.

Таким чином, найвищий рівень забезпеченості сільськогосподарською технікою спостерігається у середніх (1000 – 4000 га) та великих (більше 4000 га) підприємствах.

Обсяги виробництва валової продукції сільськогосподарства та її відтворення визначається не загальною кількістю наявної техніки, а рівнем забезпеченості нею, який характеризується перш за все наявністю технічних засобів у розрахунку на одиницю земельної або оброблюваної площі (зворотний показник – навантаження земельної або

оброблюваної площі на одиницю техніки).

Таблиця 2. Забезпеченість сільськогосподарською технікою сільськогосподарських підприємств України, 2010–2014 рр.

Показники	Роки						2014 р. у % до	
	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2000 р	2010 р
Трактори у розрахунку на 1000 га ріллі, од.	11	8	8	8	8	7	63,6	87,5
Середня потужність двигуна трактора, кВт	64,7	83,0	86,0	85,9	88,4	90,4	139,7	108,9
Зернозбиральні комбайни у розрахунку на 1000 га посівної площі зернових культур (без кукурудзи), од.	6	4	4	4	4	4	66,7	100,0
Кукурудзозбиральні комбайни у розрахунку на 1000 га посівної площі кукурудзи, од.	8	1	1	1	1	1	12,5	100,0
Картоплезбиральні комбайни у розрахунку на 1000 га посівної площі картоплі, од.	133	59	49	40	16	43	32,3	72,9
Бурякозбиральні машини у розрахунку на 1000 га посівної площі цукрових буряків, од.	16	9	8	9	13	9	56,3	100,0
Льонозбиральні комбайни у розрахунку на 1000 га посівної площі льону, од.	72	8	7	6	1	6	8,3	75,0

Джерело: розраховано автором за даними [2; 3]

Як свідчать дані табл. 2 рівень забезпеченості сільськогосподарських підприємств України тракторами та основними видами збиральних комбайнів у 2014 р. порівняно з 2000 р. дуже істотно знизився. Так, забезпеченість тракторами зменшилася на 36,4 % і становить 7 од. на 1000 га ріллі, однак їх середня потужність зросла на 39,7 % до 90,4 кВт.

Забезпеченість зернозбиральними комбайнами зменшилася на 33,3 % порівняно з 2000 р., однак порівняно з 2010 р. залишилася незмінною 4 од. Забезпеченість кукурудзозбиральними комбайнами зменшилася на 87,5 % і становить 1 од.

Підвищення ж рівня забезпеченості сільськогосподарських підприємств бурякозбиральними машинами у 2013, 2014 рр. обумовлене більш швидким скороченням площ посіву цукрових буряків у порівнянні зі скороченням кількості наявних бурякозбиральних машин і дорівнює 9 од. або 56,3 % 2000 р.

Існує дуже висока диференціація в рівні забезпеченості окремими видами техніки по регіонах України і ще більше по окремих господарствах. У 2014 р. наявність тракторів на 1000 га ріллі у сільськогосподарських підприємствах Закарпатської області становить 16 од., Волинській області – 12 од., Львівській області – 11 од., а у Сумській – 5 од. Отже, навантаження ріллі на один трактор у сільськогосподарських підприємствах варіює по областях України від 63 до 200 га.

Наявність зернозбиральних комбайнів у сільськогосподарських підприємствах України у розрахунку на 1000 га посівів зернових без кукурудзи коливалася від 9 од. у Закарпатській, 8 од. у Полтавській областях до 2 од. в Донецькій області. Навантаження на один зернозбиральний комбайн по сільськогосподарських підприємствах в областях України варіює від 111 до 500 га посівів зернових. Для порівняння: у США на один трактор припадає 28 га ріллі, а на один зернозбиральний комбайн – 67 га посівів зернових культур, у Великобританії – відповідно 13 і 71 га, у Франції – 12 і 63 га, в Німеччині – 5 і 36 га, і це за умов, що техніка в цих країнах є більш продуктивною і якісною за своїми технічними параметрами, ніж в Україні [4, с. 399.]

Таким чином, рівень технічного забезпечення сільськогосподарського виробництва в Україні не відповідає сучасним світовим стандартам і має тенденцію до звуженого відтворення, що негативно впливає на виробництво продукції.

Література

1. Дієсперов В. С. Організаційні умови раціонального використання техніки / В. С. Дієсперов // Формування і реалізація державної політики розвитку матеріально-технічної бази агропромислового комплексу в Україні. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – С. 537.
2. Наявність сільськогосподарської техніки та енергетичних потужностей у сільському господарстві у 2014 році: [статистичний бюлетень] / Відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. – К.: Державна служба статистики України, 2015. – 44 с.
3. Сільське господарство України за 2014 рік: [стат. зб-к] / Відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. – К.: Державна служба статистики України, 2015. – 379 с.
4. Шкільов О. В. Стан матеріально-технічної бази сільського господарства та джерела її оновлення / О. В. Шкільов // Формування і реалізація державної політики розвитку матеріально-технічної бази агропромислового комплексу в Україні. К.: ІАЕ УААН, 2003. – С. 398 – 402.

УДК 658(477) : 330.341.1

Занора В.О., к.е.н., доцент

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХНЬОЇ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Досліджуючи проблематику забезпечення ефективності господарської діяльності виробничих підприємств України в умовах обмеженості ресурсів, неодмінно маємо враховувати характерні особливості їхнього інноваційного потенціалу та чинників, що впливають на нього.

Щодо ефективності господарської діяльності вітчизняних виробничих підприємств, варто звернутися до ретроспективи (лат. *retrospectare* – погляд назад) та навести окремі історичні дані, що характеризують їхні здобутки та можливості. Згідно з результатами дослідження доктора економічних наук, професора Войтко С.В. Україна одна із семи країн з повним циклом виробництва літаків, вітчизняний «Турбоатом» входить до десяти найпотужніших енергомашинобудівних підприємств світу, у 1990 році країна займала перше місце у світі з виготовлення автобусів, третє місце у світі з виробництва вантажівок, шосте місце у світі з виготовлення легкових автомобілів тощо.

Одним із основних чинників, що сприяв досягненню наведеного вище результату господарської діяльності виробничих підприємств України є високий рівень інноваційної діяльності, що характеризувався наявністю в заводському секторі наукових організацій, що діяли в тісній співпраці з підприємством. З 1990 року структура наукових організацій в Україні зазнала змін. За даними [1], з посиланням на Державний комітет статистики, на 2004 рік більшість, а саме 57% наукових організацій належали до галузевого сектору; до заводського належали лише 6%. Важливо зазначити, що заводський сектор протягом 1991–2003 років скоротився майже на 16%. Згідно даних, що наведені у [1], зазначимо, що така тенденція свідчить про те, що втрачається зв'язок наукових організацій із виробничими підприємствами, що є однією із причин зниження рівня інноваційної діяльності, а також загалом рівня ефективності, оскільки переважна більшість наукових організацій в розвинутих країнах належать саме до заводського сектору, сприяючи зростанню рівня інноваційної діяльності та ефективності виробничих підприємств. Ще однією відмінністю здійснення наукової діяльності в Україні є те, що більша кількість науковців та фахівців, що здійснюють дослідження, працюють у науково-дослідних організаціях, у той час як в країнах Європейського Союзу вони працюють безпосередньо у сфері виробництва. Як негативну для виробничих

підприємств можна визначити тенденцію стійкого зростання кількості організацій, що займаються дослідженнями в сфері суспільних та гуманітарних наук, та стійкого зниження кількості наукових організацій, що працюють у сфері технічних наук. Серед інших характеристик інноваційної діяльності виробничих підприємств занепокоєння викликає як кадрове забезпечення, а саме скорочення чисельності науковців, погіршення вікової структури наукового кадрового корпусу, так й матеріально-технічне забезпечення наукових організацій на чому акцентують фахівці [1].

У той же час на сьогодні Україна продовжує зберігати достатній інтелектуальний потенціал для забезпечення інноваційного стрибка, що забезпечить перехід економіки, складником якої є виробничі підприємства, на вищий щабель розвитку. Однією із необхідних умов забезпечення стрибка має стати узгоджена, інтегрована співпраця наукових організацій з виробничими підприємствами, спрямована на створення та реалізацію нововведень. Доречним також є обґрунтоване використання підходів, методичного інструментарію в діяльності виробничих підприємств, що є результатами наукових досліджень вітчизняних фахівців, оскільки використання новітніх технічних, організаційних та ін. засобів сприятиме забезпеченню результативності функціонування підприємств України.

Література

1. Інноваційний потенціал України: стан, тенденції і проблеми розвитку : аналітична доповідь / Національна безпека і оборона : журнал Центру Разумкова, 2004. – № 7. – 25 с.

УДК 338.45(447)

Івченко Л.В., к.е.н., доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування підприємства – це складний динамічний процес, що є результатом неперервного циклічного руху грошових коштів. Однією із проблем, що виникають перед підприємствами в сучасних умовах, є відновлення і збереження динаміки циклів операційної, інвестиційної і фінансової діяльності, що є запорукою необхідної ліквідної позиції підприємства і реалізації його попиту на кошти. Вирішення цієї проблеми неможливе без глибоких досліджень економічних механізмів, що визначають грошові потоки кожного окремого суб'єкта господарювання.

Поняття «грошовий потік» (Cash flow) включено у фінансову діяльність вітчизняних підприємств з іноземних джерел. Зокрема, міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 7 (IAS 7) «Звіт про рух грошових коштів» визначає потоки грошових коштів як надходження і виплати грошових коштів і еквівалентів грошових коштів [1]. Грошові потоки в системі управління фінансово-господарською діяльністю промислових підприємств займають провідне місце: аналіз їх стану є важливою складовою оцінки фінансового становища, планування розміру вхідних і вихідних потоків пов'язане з узгодженням операційних, інвестиційних і фінансових стратегій розвитку.

Управління грошовими потоками являє собою систему принципів і методів розробки й реалізації управлінських рішень, пов'язаних з формуванням, розподілом і використанням коштів підприємства й організацією їхнього обороту.

Процес управління відбувається під впливом факторів, які викликані динамікою внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. Зовнішні фактори впливають на вхід, вихід і безпосередньо процес управління, яким керують спеціалісти фінансової служби підприємства (бухгалтерія, відділу фінансового планування, оперативного

управління, аналітичного відділу та інші суб'єкти управління). На вході системи управління знаходиться об'єкт управління – елементи грошових потоків (обсяг виробництва продукції, собівартість і ціна продукції, амортизаційні відрахування тощо).

Система управління грошовими потоками підприємства включає ціль управління, формування задач і функцій для досягнення цілі, методи та інструменти управління.

На думку І. О. Бланка, який більш послідовно розглянув управління рухом коштів, метою управління грошовими потоками є забезпечення постійної фінансової рівноваги підприємства [2,с.50]. Слід цілком погодитися з науковцем і відмітити, що саме на збалансування ресурсів, які генеруються і споживаються у сучасних умовах господарювання, необхідно спрямувати усі задачі управління грошовими потоками промислового підприємства.

Серед задач управління грошовими потоками вчений виділяє такі: формування достатнього обсягу грошових ресурсів підприємства відповідно до потреб його майбутньої діяльності, оптимізація розподілу грошових ресурсів за видами господарської діяльності та напрямками використання, забезпечення високого рівня фінансової стабільності, підтримка постійної платоспроможності, максимізація чистого грошового потоку, забезпечення мінімізації втрати вартості грошових коштів у процесі їх господарського використання. Наведені задачі управління грошовими потоками потребують уточнення, а саме:

1) мінімізація втрати вартості коштів зводиться, в основному, до визначення оптимального розміру запасів коштів. Однак, відомо, що грошові кошти як залишок (запас) коштів визначають згідно статистичного підходу, який ігнорує фактор часу, тоді як грошові потоки – згідно динамічного підходу. Тому ця задача більш стосується проблеми управління залишками коштів, а не їх рухом;

2) оптимізація грошових потоків повинна відбуватися не на стадії розподілу вже сформованого обсягу грошових ресурсів, а у процесі формування вхідних і вихідних грошових потоків.

Отже, віддаючи належне відомим розробкам щодо визначення сутності основних задач управління грошовими потоками, запропоновано такі, що у комплексі націлені на досягнення поставленої мети управління грошовими потоками підприємства:

1) обґрунтування джерел, обсягів і періодичності формування позитивних грошових потоків. Ця задача вирішується шляхом визначення системи джерел формування вхідних грошових потоків, їх періодичності, стабільності, достатності для забезпечення потреб у грошових ресурсах. У процесі реалізації цієї задачі мінімізуються можливі негативні відхилення від запланованих обсягів формування позитивних грошових потоків, наприклад, зростання дебіторської заборгованості.

2) обґрунтування напрямів, обсягів, періодичності та пріоритетності витрачання коштів. Реалізація цієї задачі передбачає визначення напрямів витрачання коштів за пріоритетністю, враховуючи строки, обсяги і можливості виконання зобов'язань з метою скорочення або повного погашення заборгованості перед кредиторами для формування певного іміджу у діловому середовищі. У процесі вирішення цієї задачі головним є фінансування всіх запланованих заходів для здійснення відтворювальних процесів на підприємстві.

3) забезпечення постійної платоспроможності підприємства. Ця задача реалізується шляхом збалансування, синхронізації додатних і від'ємних грошових потоків, ритмічності та рівномірності їх формування, достатності для погашення невідкладних зобов'язань у поточному періоді.

4) забезпечення фінансової стійкості підприємства. Для вирішення цієї задачі узгоджуються, насамперед, вхідні та вихідні грошові потоки від фінансової і

операційної діяльності, тобто обсяг залучених коштів (одержання кредитів) і обсяг майбутніх погашень, що здійснюються за результатами основної (операційної) діяльності, з метою формування раціональної структури власних і залучених коштів.

5) підтримання належного рівня ділової активності підприємства. Підтвердженням достатнього рівня ділової активності підприємства є зростання обсягів надходжень грошових коштів від операційної діяльності. Тому для реалізації цієї задачі необхідно забезпечити ефективне управління доходами від реалізації продукції і операційними витратами, амортизаційною і ціновою політикою тощо.

6) забезпечення інтенсивності і достатності формування грошових потоків. У процесі реалізації цієї задачі забезпечується гідний рівень якості чистого грошового потоку. Чим вищим є рівень якості чистого грошового потоку, тим скоріше продукція набуває грошову форму, тим менше тривалість операційного циклу, що є, зокрема, свідомою раціональної структури джерел формування грошового потоку.

7) максимізація чистого грошового потоку. Ця задача вирішується за допомогою реалізації комплексу заходів щодо підвищення виробничої потужності підприємства, застосування високопродуктивної техніки і новітніх технологій, формування справедливої цінової політики, зниження собівартості продукції тощо [3,с.61].

Організація моделі управління грошовими потоками здійснюється із дотриманням сукупності певних принципів, основними з яких є наступні:

- інформаційна достовірність, яка передбачає своєчасне та повне представлення фінансової інформації, структурованої відповідно до потреб моделі;

- збалансованість – обґрунтоване використання для потреб управління грошовими потоками критеріїв та методів групування, зведення та узагальнення грошових потоків підприємства;

- ефективність – визначення оптимального рівня розподілу грошових коштів у просторі та часі з метою мінімізації затрат на досягнення необхідного ефекту (наприклад, підтримання визначеного рівня ліквідності);

- інші принципи, які визначаються специфікою умов господарювання конкретного підприємства.

«Звіт про рух грошових коштів» (форма звітності №3) є досить важливим документом, який надає корисну інформацію кредиторам, інвесторам та іншим користувачам при з'ясуванні питань про прибутковість і платоспроможність підприємства [4]. Облікова інформація про стан грошових потоків дозволяє аналітикам здійснити оцінку змін у складі чистих активів, встановити зв'язок між обліковим прибутком і реальними надходженнями та витратами коштів.

Грошові потоки підприємства слід планувати як на поточний період, так і на середньостроковий і довгостроковий періоди, оскільки для забезпечення всіх виробничих процесів необхідні значні грошові вкладення впродовж усього періоду функціонування підприємства.

Функція контролю дозволяє забезпечити об'єктивне оцінювання результатів діяльності підприємства стосовно управління грошовими потоками. Основною метою контролю за рухом грошових коштів є своєчасне виявлення відхилень від запланованих заходів і їх усунення для забезпечення виконання розроблених планів, досягнення поставлених цілей і задач. Контроль – це процес, який повинен враховувати постійні зміни, що відбуваються у внутрішньому середовищі підприємства і зовнішньому оточенні.

Інформаційним забезпеченням контролю грошових потоків є план руху грошових коштів та інші плани розвитку підприємства, результати аналізу стану грошових потоків і ефективності управління ними, облікові (фактичні) дані про рух коштів. Тобто функція

контролю об'єднує в єдине ціле основні функції управління грошовими потоками підприємства.

Таким чином, кваліфіковане управління грошовими коштами дає можливість зацікавленим особам (зовнішнім і внутрішнім користувачам) приймати певні оптимальні управлінські рішення, які в майбутньому можуть суттєво вплинути на кінцевий результат фінансово-господарської діяльності підприємства. Тобто, управління грошовими потоками – це важливий фінансовий важіль, який забезпечує:

– фінансову рівновагу підприємства в процесі його стратегічного розвитку – визначення рівня взаємозв'язку між різними видами грошових потоків за їх обсягами та в часі;

– ритмічність здійснення операційного процесу підприємства (будь – який перебіг у здійсненні платежів негативно позначається на формуванні виробничих запасів, рівні продуктивності праці, реалізації продукції тощо);

– скорочення потреби підприємства в позиковому капіталі;

– прискорення оборотності капіталу (скорочення тривалості операційного циклу, що досягається в процесі ефективного управління грошовими потоками, а також зменшення потреби в капіталі);

– зниження ризику неплатоспроможності підприємства за рахунок синхронізації надходжень і витрат грошових коштів;

– отримання додаткового прибутку за рахунок тимчасово вільних залишків грошових активів у фінансових інвестиціях.

Література

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 7 (МСБО 7) «Звіт про рух грошових коштів» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://dipifr.info/lib_files/standards/ukr/standards_010109/IAS_7.pdf.

2. Бланк І.А. Управление денежными потоками. – 2-е изд., перероб. и доп. – К.: Ника-Центр, 2007. – 752 с.

3. Дерій М. Дефініції «грошові кошти» і «грошові потоки»: відмінності та взаємозв'язок / М.Дерій // Економічний аналіз. – 2011. – Випуск 6. – С. 60-64.

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом МФУ від 07.02.2013 р. №73.

УДК 338.2:657.31

Ігнатишин М.В., к.е.н., доцент

Когутич Х.В., магістр

Мукачівський державний університет

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Планування прибутку в умовах ринкової економіки на сучасному етапі передбачає жорсткі вимоги до організації управлінської системи підприємства. Постійні зміни економічної ситуації вимагають швидкого реагування управлінського апарату на ризики внутрішнього середовища. Для підтримки стабільного фінансового стану організації необхідно змінити політику підприємства яка ефективно вплине на фінансовий результат.

Планування прибутку - це складова частина фінансового планування і важлива ділянка фінансово - економічної роботи на підприємстві. У процесі розробки планів по прибутку важливо не тільки врахувати всі фактори, що впливають на величину можливих фінансових результатів, а й, розглянувши варіанти виробничої програми,

вибрати ті напрямки, які забезпечують максимальний прибуток. Правильне планування обсягу прибутку на підприємствах має ключове значення для розвитку бізнесу.

Плануючи прибуток, ураховують внутрішні й зовнішні умови діяльності підприємства, тобто зміни макроекономічних чинників (зміна законодавства, структури попиту, інфляції і т. ін.) [1].

Розрізняють пасивну й активну стадії складання плану прибутку. Розроблення плану прибутку з урахуванням корективів, що враховують зміни зовнішніх і внутрішніх умов, – це пасивна стадія планування. Активна стадія полягає у визначенні найбільшої прибутковості підприємства з урахуванням зовнішніх і внутрішніх змін. Активна стадія дає змогу збільшити прибуток, визначений у процесі пасивної стадії розроблення плану, завдяки пошуку й мобілізації резервів підвищення продуктивності праці, зниження окремих витрат на виробництво та реалізацію продукції, збільшення обсягів продажу продукції, частки прибутку в ціні окремих виробів, якість яких перевищує якість аналогічної продукції конкурентів, і т. ін.

Планування з отримання прибутку підприємствами необхідне для складання перспективних і поточних фінансових планів.

Існують такі методи планування операційного прибутку[1]:

- 1) прямий, за показниками витрат на 1 грн. продукції;
- 2) економічний (аналітичний) метод.

Прямий метод. Прибуток розраховують за окремими видами продукції, що виробляються й реалізуються, за такою формулою:

$$\text{Пр} = \sum_{i=1}^n \text{PiNi} \quad (1)$$

де Pr – прибуток від реалізації планового обсягу продукції, тис. грн;

n – кількість видів продукції;

N_i – кількість i -го виробу за виробничою програмою відповідного періоду.

P_i – прибуток від реалізації i -го виробу, який визначають відніманням від оптової ціни виробу його повної собівартості, тобто:

$$\text{P}_i = \text{Ц}_i - \text{C}_i \quad (2)$$

де Ц_i – оптова ціна i -го виробу, грн;

C_i – повна собівартість i -го виробу в плановому періоді, грн.

Прямий метод планування прибутку використовують на підприємствах масового й великого серійного виробництва, де є планові калькуляції собівартості виробів.

Економічний (аналітичний) метод використовують на підприємствах різних типів виробництва. Цей метод дає змогу визначити не лише загальну суму прибутку, а й вплив на неї шляхом змін окремих чинників: обсягу виробництва й реалізації продукції, її собівартості, рівня оптових цін і рентабельності продукції, асортименту та якості продукції.

В процесі фінансового планування необхідно враховувати також основні фінансові важелі які суттєво впливають на прибутковість підприємства. На рис. 1 наведено основні фінансові важелі, які впливають на результати діяльності підприємства.

Розглядаючи основні фінансові важелі слід констатувати, що кожний із них потребує відповідного глибинного аналізу з метою планування відповідних фінансових ресурсів для реалізації ефективної фінансової політики на підприємстві.

Підсумовуючи викладене можна констатувати, що в цілому фінансове планування узагальнює не тільки доходи і витрати, але й визначає конкретні джерела покриття кожної статті витрат.

Для цього підприємство використовує ряд методів фінансового планування –

балансовий, нормативний, розрахунково-аналітичний, оптимізації планових рішень, економіко-математичного моделювання[3]. Таким чином, планування як основа підвищення ефективності господарської діяльності підприємства є важливим засобом досягнення головних економічних і соціальних цілей його розвитку.

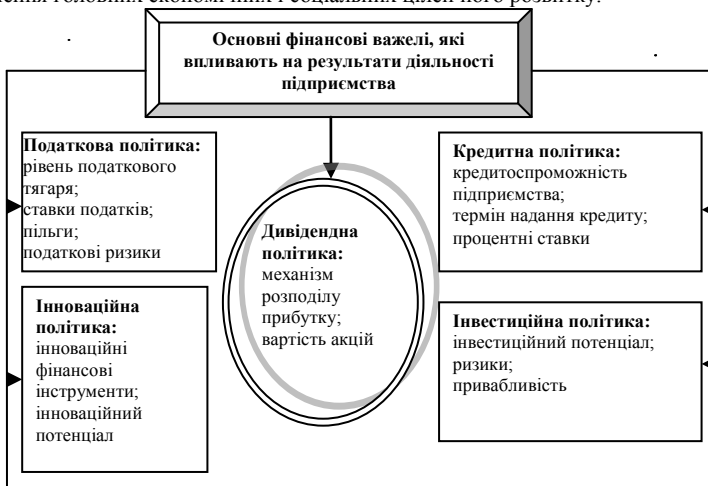


Рис. 1. Фінансові важелі, які впливають на результати діяльності підприємства

Література

1. Фінанси підприємств. Підручник / А.М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк та ін. К.:КНЕУ, 2008. – С. 294-328.
2. Таряник О.М. Проблеми фінансового планування в країнах з ринковою економікою / О.М. Таряник, А.Ю. Перетятко // Економіка. Фінанси. Право. – 2006. - №12. – С.30-32.
3. Білик М.Д. Методи фінансового планування і прогнозування в управлінні фінансами підприємства / М.Д. Білик // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. - №9. – С.79-84.
4. Пашенко І.Л. Прогнозування фінансової діяльності підприємства / І.Л. Пашенко // Фінанси України. – 2001. - №4. – С.45-50.

УДК: 334.71:65 (043.5)

Носирев О.О., к.е.н., доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» СТРАТЕГІЯ ПРОАКТИВНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Протягом останніх років економіка України перебуває у стані помітних трансформаційних зрушень, однак національна економіка, незважаючи на поступовий розвиток, не може досягти значних економічних змін, що привели б до загального динамічного зростання ефективності та продуктивності роботи вітчизняних підприємств та значного економічного розвитку всіх галузей та напрямків економіки. На сучасному етапі розвитку України головним завданням є формування ефективного проактивного антикризового управління підприємствами, головним елементом якого є діагностика фінансового стану підприємств, здатна забезпечити соціально-економічне відродження на основі збільшення обсягів ВВП та підвищення конкурентоспроможності

промислових підприємств. Досліджуючи структуру та джерела економічного розвитку, Майкл Портер визначив основні складові ефективного розвитку: розвиток на основі виробничих факторів, розвиток на основі інвестицій та на основі інноваційної діяльності. Відповідно до принципів стратегічної поведінки промислових підприємств в сучасних ринкових умовах можна виокремити два типи реагування на імпульси розвитку: реактивний та проактивний. Управління розвитком підприємства, що формується на засадах передбачення майбутнього, моделювання цільового стану компанії із чітко визначеними цільовими настановами, демонструє саме проактивний підхід менеджменту. У випадку, коли управлінці змушені приймати рішення у відповідь на певні події, реагувати на зміни у середовищі, підприємство залишається на крок позаду від конкурентів.

Розуміння суті соціально- економічних процесів і подій, що відбуваються в регіонах України, дозволяє не лише визначити найбільш оптимальний вектор їхнього розвитку з урахуванням інституціонального середовища, що склалося, але й визначити засади формування механізмів реалізації регіональної промислової політики, що найадекватніше відповідає соціально-економічним умовам, що склалися, і що припускає проактивний підхід до промислового розвитку. Сучасні євроінтеграційні процеси, які не оминають й промисловий розвиток України, формують сучасні вимоги до менеджменту кожного підприємства, що знаходять прояв у постійному удосконаленні всіх сфер його діяльності: маркетингу, виробництва, фінансів, організаційно-управлінської, постачальницько-збутової, інноваційної, інвестиційної діяльності, формування та розвитку окремих елементів і загалом сукупного потенціалу підприємства. Здатність до проактивного управління та адаптивного реагування на існуючі перешкоди, формування і використання різного роду новацій забезпечує ефективність управління потенціалом підприємства, реалізацію позитивних можливостей розвитку промислових підприємств та мінімізує можливі негативні наслідки загроз.

Здатність досягнення певної міри реалізації можливостей конкурентного потенціалу промислових підприємств є необхідною умовою досягнення сталого розвитку промисловості на засадах проактивного розвитку. Механізми підвищення рівня використання можливостей конкурентного потенціалу промислових підприємств мають ґрунтуватися на проактивній здатності процесів управління складовими конкурентного потенціалу. При належно розробленій системі адаптивного управління в промисловій політиці держави повинно передбачатись прогнозування змін стану зовнішнього середовища, факторів впливу для попереджувального впливу й реакції з боку підприємства (проактивне управління).

Проактивне управління діяльністю підприємства промисловості – це процес, заснований на попереджувальних управлінських діях, що враховують можливість виникнення негативних результатів його діяльності. Використовуючи проактивне управління, промислові підприємства розробляють свій власний курс ринкового руху і діють у обраному напрямі. Проактивне підприємство здатне вивчати себе, навколишнє середовище й змінюватися, використовуючи ці знання, щоб забезпечити попереджувальний розвиток відносно до динаміки потреб споживачів і викликів конкурентів у середині галузі та за її межами на основі балансу інтересів зацікавлених сторін. Таким чином, підприємство використовує проактивну модель ухвалення управлінських рішень.

Особливою умовою реалізації проактивного підходу до менеджменту промислових підприємств з боку органів влади (при проведенні промислової політики) в умовах сучасних інтеграційних процесів є всебічна підтримка з боку держави фундаментальних досліджень у наукових організаціях та місцевих університетах (насамперед, технічних)

через запровадження нової політики у сфері відбору, підготовки та використання кадрів для науки та промисловості, формування та реалізації у сфері інноваційної діяльності програми зміни державної статистики й організації регіональної автоматизованої системи науково-технічної інформації.

Українській промисловості на даному етапі необхідний сильний поштовх для інноваційного розвитку. Таким інерційним важелем для стимулювання інноваційної діяльності на промислових підприємствах України може стати прагнення активно інтегруватися в світовий економічний простір, намагання країни не лише пристосуватися до вимог світового ринку, а й стати повноцінним його учасником, прагнення отримати результати в довгостроковій перспективі, а не орієнтуватися на короткострокові вигоди. Система державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності активно використовує адміністративні важелі для досягнення балансу експорту та імпорту, такі як спеціальні митні тарифи, політика протекціонізму, але це не сприяє здоровій конкуренції та розвитку підприємств.

Українські підприємства часто просто не можуть вийти на світовий ринок через жорсткі умови конкуренції у кожній ніші. Тому увагу необхідно зосередити саме на побудові потужних конкурентних переваг, адекватних вимогам світового ринку. Такі конкурентні переваги необхідно базувати на прогресивних, проривних інноваціях, які не лише дозволяють отримати значні фінансові результати, а й сприятимуть оптимізації структури експорту нашої країни і, в врешті-решт, отриманню позитивного сальдо зовнішньоторгового обороту.

Для досягнення зазначених результатів на промислових підприємствах необхідно розробити методологічну базу для формування інноваційного механізму розвитку промислових підприємств і розпочати активне впровадження зазначеного механізму на підприємствах. Такий механізм дозволить посилити конкурентні позиції промислових підприємств на світовому ринку, вирішить проблему низько технологічного експорту. Але проблематика формування інноваційного механізму розвитку промислових підприємств – це питання подальших досліджень.

Враховуючи важку економічну ситуацію в Україні взагалі та в науково-виробничому секторі зокрема та відсутність об'єктивних умов для розвитку в регіонах інноваційних процесів, при розробці регіональної промислової політики необхідно жорстко визначити першочергові цілі регіону в інноваційній сфері, відповідні до наявних можливостей. Необхідність вибору пріоритетів обумовлена обмеженістю ресурсів, які держава може направити на підтримку промислових підприємств та самого промислового потенціалу, необхідністю узгодження напрямів і рівня інноваційної активності у промисловості із завданнями соціально-економічного розвитку і вимогою забезпечення конкурентних переваг в економіці регіону на довгострокову перспективу. У зв'язку з цим регіональна промислова політика повинна мати селективний, строго виборчий характер, не прагнучи охопити всі напрями науково-технічного розвитку, а, вибравши вузькі поля стратегічного прориву, завдяки яким можливе досягнення або перевищення світового технологічного рівня, сконцентрувати на цих полях основну частину обмежених централізованих й регіональних ресурсів.

З огляду на сучасний стан інноваційної діяльності в Україні, ми не можемо запропонувати цікаві інноваційні товари більш економічно розвиненим країнам. Тому, з одного боку, наша країна імпортує із інноваційно активних країн товари з високим рівнем доданої вартості, які не здатна виробити в державі, а з іншого боку, експортує в менш економічно розвинені країни товари з низьким рівнем переробки і доданої вартості. Сьогодні наша країна орієнтується швидше на отримання короткострокових результатів від здійснення експортно-імпортних операцій і практично не враховує

вимоги світового ринку в напрямку підвищення інноваційності промислового виробництва. Українська промисловість потерпає від морально застарілого та неякісного обладнання, застарілих технологій, неефективного управління та інших проблем. Тому доречно створити такі умови в країні, які будуть сприятливі для поживлення інвестиційних процесів, зокрема, для активного залучення іноземних інвестицій, спрямованих на інноваційне оновлення промислових підприємств. При цьому, вони не повинні створювати політичну чи економічну залежність для держави.

Література

1. Толпежников Р.А. Проактивный механизм управления потенциалом промышленного предприятия / Р.А. Толпежников // Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. У двох частинах. – Черкаси: ЧДТУ, 2012. – Вип. 31. – Ч. II. – Т. 2. – С. 54-59.
2. Черноус Г.О. Інформаційна підтримка проактивного управління підприємством / Г.О. Черноус. – Теоретичні та прикладні питання економіки: збірник наукових праць. – К: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – Випуск 26. – С. 88-95.
3. Плахотнік О.О. Ефективні механізми проактивного антикризового управління підприємствами: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» / О.О. Плахотнік. – Маріуполь, 2011. – 22 с.
4. Носирев О.О. Проблеми ефективності регіонального розвитку в Україні / О.О. Носирев // Сучасні наукові підходи до стабільного економічного розвитку та економічної безпеки: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Чернівці, Чернігівський державний технологічний університет. – С. 159-161.
5. Гриньов А. В. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств у глобальному середовищі: / А. В. Гриньов, Т. В. Деділова; Харківський національний автомобільно-дорожний ун-т. – Х. : ХНАДУ, 2008. – 148 с.

УДК 658.155.012.23

Плаксюк О.О., к.е.н., доцент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

На сьогоднішній день значна частка вітчизняних підприємств знаходяться в кризовому становищі, яке характеризується значним погіршенням, насамперед, фінансових показників, та відповідно зниженням конкурентоспроможності, безпеки, стабільності та сталого розвитку, що є загалом показниками фінансового потенціалу підприємства.

Фінансовий потенціал доцільно розглядати як найважливіший стратегічний інструмент сталого розвитку промислових підприємств, оскільки існуюча структура фінансових ресурсів, яка сформована на основі діючої законодавчої бази, по суті, не впливає на ефективність їх виробництва в середньо – і довгостроковій перспективі й, тим самим, не дозволяє оцінити можливості використання їх фінансового потенціалу. У зв'язку з цим виникає об'єктивна потреба в розробці механізму управління фінансовим потенціалом промислових підприємств, спрямованого на формування стратегічного вектора їх стійкого розвитку [1].

Фінансовий потенціал є складною, динамічною системою, елементи якої взаємозв'язані та взаємообумовлені. Кожен з елементів залежить від рівня розвитку підприємства, конкурентної позиції, можливості залучення та поєднання окремих видів джерел фінансування, ефективності системи управління.

Управління фінансовим потенціалом – це поетапний процес впливу на фінансовий потенціал для збереження його стійкості або переходу із одного стану в інший у

відповідності до цілей і мети діяльності підприємства. Рівень наявного у підприємства фінансового потенціалу визначається обсягом та якістю накопичених у підприємства фінансових ресурсів (стану активів, рівня ліквідності, можливостей та обсягів залучення кредитів) [2].

Головним чинником формування фінансового потенціалу виступає фінансовий стан підприємства. Оскільки фінансовий стан підприємства – це багатоаспектне явище і має різні форми прояву, то й погляди науковців істотно варіюють. Узагальнюючи їх, ми виділили чотири підходи до його визначення.

Перший. Розглядає його як структурний елемент економічного, у тому числі й фінансового, потенціалу підприємства.

Другий. Визначає фінансовий стан з погляду наявності та структури активів, виділяючи в їх складі найбільш ліквідні, тобто фінансові ресурси, а також джерела їх формування.

Третій. Характеризує фінансовий стан підприємства з точки зору його фінансової конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості.

Четвертий. Інтерпретує фінансовий стан з аналітичних позицій, розглядаючи його як певну систему показників на основі фінансової звітності суб'єктів господарювання.

Практично жоден із цих підходів не зустрічається в чистому вигляді.

У межах кожного підходу застосовується система показників, склад якої досить суттєво варіює. Такими показниками виступають: платоспроможність; фінансова стійкість; ступінь забезпеченості ліквідності та платоспроможності в короткостроковому періоді та фінансової стійкості в довгостроковому періоді; стан капіталу в процесі його кругообігу і здатність підприємства фінансувати свою діяльність на фіксований момент часу; розміщення й використання засобів підприємства; зміни в розміщенні засобів і джерел їх покриття; забезпеченість фінансовими ресурсами, необхідними для нормального функціонування підприємства, доцільність їх розміщення та ефективність використання, платоспроможність і фінансова стійкість; структура джерел формування капіталу і його розміщення, рівновага між активами й пасивами (зобов'язаннями) підприємства, ефективність та інтенсивність використання капіталу, ліквідність і якість активів, інвестиційна привабливість тощо [3].

Технологія визначення рівня фінансового потенціалу складається з трьох частин. Перша частина – визначення й характеристика рівнів фінансового потенціалу та його оцінка за фінансовими показниками. Друга частина – оцінка фінансового потенціалу за критерієм “можливості залучення кредитних ресурсів на основі оцінки фінансового потенціалу за критерієм “імідж підприємства”. Третя частина – комплексна оцінка фінансового потенціалу підприємства, що проводиться експертним шляхом, на підставі значущості кожної попередньої складової.

Управління фінансовим потенціалом промислових підприємств є цілеспрямованим управлінським впливом на фінансові ресурси з метою досягнення фінансового добробуту промислових підприємств і нарощування рівня їх фінансового потенціалу для розвитку й відновлення виробництва на його інноваційній основі [2].

За своєю сутністю, категорія «потенціал», повинна відображати не тільки реальні можливості підприємства, а й потенційні фінансово-економічні показники суб'єкта господарювання. Тому, з метою аналізу та прогнозування рівня використання фінансового потенціалу найбільш доцільно використовувати інтегральний показник, нормований за еталонними значеннями. В якості еталонного доцільно використовувати кращий з показників за аналізований період. Отже:

$$Ie_j = \max_{i=1}^n I_{ij} \quad (1)$$

де Ie_j – еталонне значення інтегрального показника за j -тою групою;
 $maxI_{ij}$ – максимальне значення інтегрального показника за j -тою групою;
 n – кількість років в аналізованому періоді;
 j – кількість груп фінансово-економічних показників.

Нормовані значення інтегральних показників за блоками фінансово-економічних характеристик визначаються наступним чином:

$$In_{ij} = \frac{I_{ij}}{Ie_j} \quad (2)$$

де In_{ij} – нормоване значення i -того показника в j -тій групі.

Наступним етапом є визначення коефіцієнта невідповідності фактичного рівня фінансового потенціалу підприємства еталонному. Коефіцієнт невідповідності розраховуємо в i -тому календарному періоді наступним чином:

$$Kn_i = \sqrt{\sum_{j=1}^m (1 - In_{ij})^2} \quad (3)$$

Оскільки розрахований коефіцієнт показує рівень невідповідності фактичних показників еталонному рівню, чим нижче значення він має, тим вищим є рівень використання фінансового потенціалу підприємства [2].

Отже, головним чинником формування фінансового потенціалу є фінансовий стан підприємства. Методи фінансового аналізу підприємств можуть бути різними, та для більш ефективного економічного дослідження можна сформулювати принциповий підхід до порядку розрахунку основних оцінних показників фінансового потенціалу. Це дасть можливість обґрунтувати методику оцінки фінансового потенціалу, інтегрувати різноманітні показники в подальших дослідженнях та розширює можливості для більш якісного і надійного аналізу та прогнозування діяльності підприємств.

Література

1. Бикова В.Г., Ряснянський Ю.М. Методичні аспекти оцінювання фінансово-економічного потенціалу підприємств загальнодержавного значення // Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки / Донецький економіко-гуманітарний інститут МОН України; Інститут економіко-правових досліджень НАН України. – Вип. 1(16). – Донецьк: ТОВ “Юго-Восток, Лтд”, 2009. – С. 286–289.
2. Маслак О.І. Особливості оцінювання фінансового потенціалу промислового підприємства / О.І. Маслак // Вісник КрНУ ім. М. Остроградського. Випуск 6/2012 (77).
3. Стецюк П.А. Методичні аспекти оцінки фінансового потенціалу сільськогосподарських підприємств. / П.А. Стецюк // Вісник Сумського національного аграрного університету Серія “Фінанси і кредит”, 2009. №1.

УДК 338.433

Світлична А.В., к.е.н., доцент
Михайлова О.С., к.е.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Вивчення теоретичних підходів розвитку теорії організації як науки свідчить, що починаючи з 60-х років минулого століття будь-яка організація розглядається як відкрита система, внутрішні процеси в якій відбуваються під впливом зовнішнього середовища. У 70-ті роки ХХ століття активно відбувається формування методологічних підходів до вивчення дії зовнішнього середовища на процес функціонування організації.

При цьому домінуючим стає соціальне мислення, яке «припускає, що рішення про цілі організації виражають характер ціннісного, а не механістичного вибору. Характер рішень, що приймаються, визначається не стільки ясністю думки, скільки сталими звичками, накопиченим досвідом вирішення аналогічних проблем, тобто тими чинниками, які визначають поведінку людей в організаціях [3, с.26]».

В рамках цих методологічних підходів в кінці 80-х років ХХ століття формується новий напрям економічної теорії – соціоекономіка. Як зазначає професор В.І. Перебийніс, соціоекономіка – «це економіка, що діє в інтересах людини, суспільства і держави в цілому. Базовим у ній є задоволення духовних, соціальних, культурологічних, інтелектуальних, економічних та інших життєзабезпечуючих інтересів, потреб окремо взятої людини, місцевих громад, суспільства і країни в цілому [4, с.193]».

Виходячи з того, що система розглядається як організована множина взаємопов'язаних компонентів та елементів, що взаємодіють між собою і зовнішнім середовищем у процесі досягнення поставленої мети [2, с.52], то будь-яке сільськогосподарське підприємство є відкритою соціально-економічною системою та вирізняється рядом специфічних особливостей, які визначають процеси його функціонування й розвитку (табл. 1).

Таблиця 1. Економічні та соціальні особливості сільськогосподарських підприємств

Особливості	Наслідки дії	Заходи з нівелювання негативних наслідків
1	2	3
<i>Економічні особливості</i>		
Використання землі як засобу виробництва	Залучення до виробничого процесу орендованих земельних ділянок та виплата орендної плати за використання	Укладання довгострокових договорів оренди на взаємовигідних умовах
Економічні процеси відтворення тісно переплітаються природними (біологічними)	Сільськогосподарська продукція виробляється з допомогою живих організмів, які часто функціонують як засоби виробництва	Враховання в процесі відтворення природних факторів і досягнень агробіологічної науки
Взаємозалежність і взаємодоповнюваність галузей виробництва	Ефективний розвиток галузі тваринництва забезпечує кормова база, а високі врожаї сільськогосподарських культур – органічні добрива галузі тваринництва	Збалансований розвиток галузей рослинництва і тваринництва, що дозволяє раціонально використовувати трудові і матеріальні ресурси
Висока кредитомісткість сільського господарства	Сільське господарство не може ефективно розвиватись без залучення фінансових ресурсів ззовні, насамперед для здійснення поточних платежів з метою забезпечення операційної діяльності	Формування мінімальних виробничих запасів і коштів в розрахунках за рахунок власних джерел. Пільгове кредитування та оподаткування сільського господарських товаровиробників
Значна кількість товаровиробників	Товаровиробники реалізують стандартизовану та однорідну продукцію, що зумовлює лише цінову конкуренцію та не дозволяє виробникам впливати на рівень ринкової ціни своєї продукції	Вертикальна та горизонтальна інтеграція. Формування стратегії розвитку підприємства. Вибір спеціалізації підприємства. Внутрішньогосподарська структуризація підприємства. Організація маркетингової діяльності. Поточне та оперативне планування

Продовження табл. 1

1	2	3
Імобільність ресурсів	Сільські товаровиробники повинні здійснювати інвестиції з урахуванням фактичних масштабів землекористування, що вимагає достатньої кількості основного і оборотного капіталу і заважає його перетіканню в інші галузі	Диференціація виробництва. Організація переробки сільськогосподарської продукції. Розбудова сільської інфраструктури
Розміри господарських формувань, тваринницьких ферм і комплексів	Низький рівень концентрації виробництва в частини сільськогосподарських підприємств та фермерських господарств, особливо у тваринництві	Оптимізація розмірів господарств і їх підрозділів, тваринницьких ферм і комплексів. Формування галузевих об'єднань та обслуговуючих кооперативів
<i>Соціальні особливості</i>		
Специфіка проживання в сільській місцевості	Поєднання виробничих і соціальних проблем життя громадян	Розвиток соціальної інфраструктури на селі
Невідповідність організаційної культури ринковим умовам господарювання	Повільне витіснення цінностей і норм поведінки колгоспо-радгоспної системи господарювання	Розвиток ринкових підходів до формування організаційної культури
Розвиток транс-регіональних корпоративних об'єднань з віддаленим управлінням	Позитивний вплив на розвиток агропромислового виробництва і негативний на життєдіяльність сільських територій	Посилення соціального спрямування діяльності трансрегіональних корпоративних об'єднань

Джерело: розроблено самостійно з урахуванням [1, с. 18-22; 5, с. 38-44].

Врахування розглянутих соціально-економічних особливостей та нівелювання негативних наслідків їх дії є невід'ємною умовою при обґрунтуванні стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств як соціально-економічних систем, що в комплексі здатне забезпечити їх сталий розвиток на основі ефективного використання наявних ресурсів і сприятиме підвищенню рівня та якості життя мешканців сільської місцевості.

Література

1. Дем'яненко С.І. Менеджмент аграрних підприємств : навч. посіб. / С.І.Дем'яненко. – К.: КНЕУ, 2005. – 347 с.
2. Менеджмент організацій : [навч. посіб.] / В.І. Гуменник, Ю.С. Копчак, О.С. Кондур. – К.: Знання, 2012. – 503 с.
3. Монастирський Г.Л. Теорія організації : [навч. посіб.] / Григорій Леонардович Монастирський. – К.: Знання, 2008. – 319 с.
4. Перебийніс В.І. Соціоекономіка як перспективна модель розвитку сільського господарства / Василь Іванович Перебийніс // Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки. – 2015. – №3. – 190–195.
5. Саблук П.Т. Проблеми забезпечення дохідності агропромислового виробництва в Україні в постіндустріальний період / П.Т. Саблук // Доповідь на Десятих річних зборах Всеукраїнського конгресу економістів-аграрників. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 45 с.

УДК 65.011.4

Федуняк І.О., к.е.н., доцент

ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»

ТЕОРЕТИЧНИЙ ЗМІСТ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Основною метою виробництва є найбільш повне задоволення матеріальних потреб населення, які постійно зростають. З досягненням даної мети пов'язана сутність однієї з важливих категорій економіки – ефективності суспільного виробництва, однією з складових якої є ефективність сільськогосподарського виробництва.

Економічна ефективність – це вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Основною особливістю таких систем є вартісний характер засобів (видатків, витрат) досягнення цілей (результатів), а в деяких випадках і самих цілей (зокрема, одержання прибутку).

Враховуючи особливості сільського господарства, одним із критеріїв економічної ефективності вважається збільшення обсягів виробництва кінцевої продукції за найменших затрат живої та уречевленої праці на основі раціонального використання земельних, матеріальних та трудових ресурсів. Кількісний вимір і зміст критерію відображаються в показниках ефективності виробничо-господарської діяльності підприємств.

Усі зусилля виробників сільськогосподарської продукції повинні бути скерованими у двох напрямках: на ефективність і якість продукції, тобто на те, щоб отримувати максимальну кількість продукції високої якості за мінімальних затрат засобів і сировини.

Винятково важливе значення має й екологічна сторона аграрного виробництва, пов'язана з ефективністю природокористування. Тому ефективним з позицій екології можна вважати лише таке виробництво, в якого еколого-економічний ефект (економічна вигода із врахуванням вартості природоохоронних заходів, вартості природних ресурсів, втрат від нанесення шкоди довкіллю) є позитивним.

Таким чином, кінцеві результати аграрного виробництва знаходять своє відображення в кількості якісної, екологічно чистої і безпечної для здоров'я людини продукції та економічній ефективності виробництва.

В основі економічного прогресу кожного суспільства лежить підвищення ефективності суспільного виробництва. Критерієм його ефективності є повне забезпечення суспільних і особистих потреб при найбільш раціональному використанні існуючих ресурсів.

В умовах ринкової економіки, особливо після вступу України до СОТ, зростаюча конкуренція з боку вітчизняних та іноземних товаровиробників вимагає підвищення ефективності виробництва як головного чинника функціонування економіки й конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому і зовнішньому ринку.

Іншим чинником необхідності підвищення ефективності виробництва є обмеженість природних ресурсів і зростання у цьому зв'язку цін на них, оскільки необхідною умовою ефективності виробництва є реалізація виробленої продукції та послуг. Адже прибуткова реалізація продукції в умовах ринку можлива тільки у випадку, коли собівартість реалізованої продукції буде нижчою ніж у конкурентів.

Кінцеві результати виробничої діяльності підприємств залежно від економічного змісту і цільового призначення поділяють на такі види:

1) Чиста виручка – це різниця між грошовою виручкою і сумою наданих знижок, повернених раніше придбаних товарів, податку на додану вартість, акцизного збору.

2) Валовий прибуток (валовий збиток) – це різниця між чистою виручкою і виробничою собівартістю.

3) Операційні витрати – це загальногосподарські витрати, витрати на збут, собівартість реалізованих виробничих запасів, визнані економічні санкції, безнадійні борги тощо.

4) Операційний прибуток – це фінансовий результат від операційної діяльності, який визначається вирахуванням операційних витрат від валового прибутку і додаванням одержаного результату до інших операційних доходів.

5) Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування – це сума операційного прибутку та доходу від участі в капіталі, доходів у формі дивідендів, відсотків від фінансових інвестицій за вирахуванням витрат, пов'язаних із позичковим капіталом, збитків від участі в капіталі, втрат від уцінки інвестицій і необоротних активів тощо.

6) Надзвичайний прибуток (збиток) отримують інколи від операції, яка не є характерною для звичайної діяльності (володіння векселями, облігаціями, бонами).

7) Чистий прибуток (збиток) – це сума прибутку (збитку) від звичайної діяльності після оподаткування, надзвичайного прибутку (збитку) і податків з надзвичайного прибутку.

З розподілом праці виникла потреба у порівнянні цінності (споживчої вартості) різних товарів і одночасно з цим визначення показників ефективності продукції, ефективності використання окремих видів виробничих ресурсів і ефективності їх використання в цілому.

Ефективність виробничої системи можна обчислити як співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами, які можуть бути представлені або в певному обсязі за їх первісною (переоціненою) вартістю (застосовувані ресурси), або частиною їх вартості у формі виробничих витрат (спожиті у виробництві ресурси) [1]. Показники економічної ефективності умовно можна диференціювати на дві групи – конкретні й узагальнюючі.

Конкретні показники економічної ефективності характеризують окремі сторони економічного, виробничого або комерційного процесу і дають змогу обґрунтувати рішення щодо удосконалення окремих компонентів виробничих процесів.

Узагальнюючі показники економічної ефективності характеризують результативність діяльності економічної системи в цілому (підприємства, суб'єкта, території, національної економіки). Вони є підставою для трансформації або удосконалення згаданих суб'єктів за рахунок обґрунтування вибору ресурсів з метою досягнення конкретних цілей, або ж вибору напрямів діяльності економічної системи (інвестування коштів).

Суть проблеми підвищення ефективності виробництва (діяльності) полягає в тому, щоб на кожну одиницю ресурсів (витрат) – трудових, матеріальних і фінансових – забезпечити максимально можливе збільшення обсягу виробництва (доходу, прибутку) [2].

З огляду на це, система показників ефективності виробництва (діяльності) має включати такі групи показників:

1. узагальнюючі показники ефективності виробництва (діяльності);
2. показники ефективності використання праці (персоналу);
3. показники ефективності використання виробничих фондів (основних і оборотних);
4. показники ефективності використання коштів (обігових коштів та інвестицій).

Література

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств / В.Г. Андрійчук. – [2-ге вид., доп. і

перероб.]. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.

2. Економіка підприємства: підруч. / [Грещак М.Г., Колот В.М., Наливайко А.П. та ін.]; за ред. С.Ф. Покропивного. – [2-ге вид., перероб. та доп.]. – К.: КНЕУ, 2001. – 526 с.

УДК 65.011.4

**Череп О.Г., к.е.н., доцент
Вернидуб М.Ю.**

Запорізький національний університет

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ УКРАЇНИ

Актуальність обраної теми дослідження полягає в тому, що для успішного подолання кризових явищ, якими характеризується сучасна економічна ситуація в Україні, необхідно проводити прискорення темпів реалізації інноваційної моделі розвитку національної економіки країни. Однак, темпи інноваційних змін не відповідають технологічному рівню, оскільки увага держави до даного питання є недостатньою та створює додаткові перешкоди на шляху до реалізації стратегії інноваційного розвитку.

Метою роботи є аналіз інноваційного потенціалу України та пропозицій щодо впровадження інноваційної діяльності суб'єктів господарювання.

На сьогоднішній день Україна займає досить високе місце у світі серед країн світової інтелектуальної еліти. Оскільки рівень досліджень у таких сферах науки, як фізика, математика, хімія, інформатика, медицина цінується у всьому світі. Вітчизняна наука має наукові здобутки у таких сферах як лазерна, криогенна, аерокосмічна техніки, засобах зв'язку і телекомунікації, програмні продукти. Україна входить до вузького кола країн, які мають необхідний науково-технічний потенціал для створення авіакосмічної техніки [1].

Проте інноваційна діяльність України характеризується такою структурною реформованістю та неузгодженістю технологічних й економічних аспектів, що частка України на ринку високотехнологічної продукції, який оцінюється у 3,5-4 трлн. доларів США, становить приблизно 0,05-0,1% [2].

Тому задля зміни даної тенденції важливо провести ряд заходів, що направлені на реалізацію стратегії інноваційного прориву (ендогенного розвитку) для забезпечення конкурентних переваг та механізму ринкової конкуренції, а також підприємницької ініціативи. Пропонуємо дослідити види інноваційної стратегії провідних країн світу у галузі інновацій та з'ясувати, який тип найкраще підійде Україні.

У Японії застосовують стратегію перенесення або стратегію «переслідування». Сутність стратегії полягає у використанні наявного зарубіжного науково-технічного потенціалу через закупівлю ліцензій на високоефективні технології для освоєння випуску конкурентоспроможної продукції, що вже виробляється в розвинутих країнах.

Країни Південно-Східної Азії використовують стратегію лідерських технологій. Головна мета даної стратегії – це використання власного науково-технічного потенціалу на основі нагромадження основного капіталу для виробництва наукоємної продукції високорозвинених держав світу, формування попиту на неї і виходу на нові ринки.

Країни Західної Європи та США діють за стратегією нарощування. Тобто використання власного науково-технічного потенціалу, створення принципово нових видів продукції, що випереджають сучасні зразки на одне-два покоління, досягнення інтеграції фундаментальної та прикладної науки [3].

Для отримання відповіді на запитання, який метод якнайкраще підходить для

Україні, необхідно проаналізувати дані підходи та оцінивши усі їхні переваги та недоліки (табл. 1).

Таблиця 1. Основні недоліки та переваги основних видів інноваційної стратегії

Назва	Переваги	Недоліки
Стратегія перенесення або стратегія «переслідування»	Можливість доопрацювання та покращення вже існуючої продукції; Залучення більшої кількості коштів задля випуску продукції, за рахунок економії від витрат на науково-технічні дослідження	Потребує значних грошових вливань; неможливість технологічного випередження сучасних зразків.
Стратегія лідерських технологій	Формування попиту; можливість отримання надприбутків; узгодженість економічного і технологічного аспектів діяльності.	Потребує значних грошових вливань.
Стратегія нарощування	Високий рівень науково-технічного потенціалу; створення унікальної продукції.	Потребує значних грошових вливань; необхідність високого рівня інтелектуального капіталу.

Примітка: Джерело - розроблено авторами

З інформації табл. 1, можна зробити висновок, що найкращим варіантом для України на сьогоднішній день є стратегія перенесення або стратегія «переслідування». Оскільки зараз раціональним рішенням є направлення коштів на переналаштування існуючого виробництва та отримання реальних прибутків вже зараз. Проте потім є можливість для переходу до стратегії лідерських технологій, бо рівень інтелектуального капіталу дає змогу для цього.

Підводячи підсумок, можна сказати, що за умов сталого фінансування та підтримки з боку держави, Україна має усі передумови задля створення такої інноваційної структури, яка може витримати конкуренцію з боку країн-лідерів у даному напрямку. Здатність суб'єктів господарювання та державних органів влади визначати напрями інноваційного розвитку і залучати необхідні для такого розвитку інвестиції є визначальною складовою успіху суб'єкта господарювання та виходу вітчизняної економіки з кризи.

Література

1. Коломоєць Ю. В. Основні тенденції інноваційного розвитку України / Ю.В. Коломоєць, О. В. Гейдарова // Вісник Хмельницького національного університету №5 – 2014 – С. 206
2. Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності : закон України № 3715-VI від 08.09.2011 / ВР
3. Куценко Т. М. Теоретичні основи формування стратегії інноваційного розвитку в контексті інтенсифікації інноваційних процесів / Т. М. Куценко // Маркетинг і менеджмент інновацій №4 – 2012 – С. 308-309
4. Горбатенко В.П. Інноваційний розвиток економіки: політико-правові аспекти : монографія / В.П. Горбатенко. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2006. – 248 с.
5. Інноваційна стратегія українських реформ / А.С. Гальчинський, В.М. Геєць, А.К. Кінах, В.П. Семиноженко. – К. : Знання України, 2002. – 336 с.

УДК 330.341.1

Крутько М.А., к.е.н., викладач
Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. Петра Василенка

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНТЕГРАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Агрпромисловий комплекс є важливим сектором економіки України. У ньому зосереджена майже третина основних виробничих фондів, працює четверта частина

населення, зайнятого у національній економіці, виробляється понад 23 % валового суспільного продукту та третина національного доходу, формується значна частина роздрібного товарообігу.

На сьогоднішній день економіка України знаходиться в стані глибокої кризи. Негативний вплив мають структурні, міжгалузеві диспропорції, що нагромадилися в національній економіці протягом десятиліть, що і привели до гострого дефіциту товарів виробничого і невиробничого призначення, і особливо енергоносіїв. Криза підсилюється розбалансованістю фінансово-кредитної системи, невідповідністю сформованих управлінських структур потребам економічного розвитку.

Для переходу до стабільної господарської діяльності, переозброєння виробництва, а також поліпшення якості продукції підприємствам і організаціям потрібні інвестиції. За їх допомогою зміцнюється матеріально-технічна база підприємств, здійснюється розширене відтворення основних засобів.

В умовах глобалізації економіки України стратегія розвитку агропромислового комплексу та й сільського господарства в цілому має базуватися на:

- створенні умов для розвитку агропромислового комплексу, інтенсифікації в сільському господарстві та раціональній державній фінансовій підтримці сільського господарства;

- поліпшенні доступу до ринків збуту та посиленні конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва шляхом зростання обсягів вітчизняних та іноземних інвестицій в агропромисловий комплекс при умові гармонізації чинного законодавства до норм і вимог світової організації торгівлі;

- покращенні соціальної сфери шляхом створення розвиненої інфраструктури на селі.

Діяльність інвесторів в аграрному секторі економіки представлена великою кількістю компаній, які, незважаючи на фінансово-економічну кризу, сьогодні є найстабільнішою складовою економіки нашої держави.

Однією з необхідних умов розвитку сільського господарства є науково-технічний прогрес, в основі якого лежить інвестиційно-інноваційні процеси, що дозволяють здійснювати розширене відтворення на основі освоєння досягнень науки й техніки. Дана умова особливо актуальна в умовах інтеграції країни у світові господарські зв'язки.

Створення економічних і інших передумов для масового припливу інновацій і інвестицій в аграрний сектор – важливий елемент державної аграрної політики, що є частиною загальнодержавної політики.

Сільське господарство має бути визначене як пріоритетна галузь для інвестицій у наукові дослідження. Приватний сектор відіграє значну роль в аграрній галузі, але існують важливі потреби, що найкраще задовольняються за рахунок державних інвестицій у сільськогосподарські дослідження.

Для активізації інвестиційної діяльності потрібно ширше використовувати такі важелі, як: - стимуляційне оподаткування; - безвідплатні дотації на створення великих об'єктів інфраструктури і природо-охорони; - фінансові стимули; - безвідсоткові позики, що надаються інвестором; - пільгові режими виплати боргів і позик в банках, випуск облігацій для створення фінансових ресурсів за найважливішими напрямками інвестицій.

Таким чином, основні напрями реалізації аграрної політики в інвестиційній сфері здійснюватимуться, виходячи з таких пріоритетів, як нарощування виробництва та підвищення конкурентоспроможності аграрного сектора, збільшення експорту сільськогосподарської продукції, розвиток інфраструктури аграрного ринку, формування цілісної системи фінансово-кредитного забезпечення агропромислового комплексу, вдосконалення механізмів реалізації та захисту прав громадян і юридичних осіб на землю, а також створення умов для розвитку соціальної сфери села.

Література

1. Данилишин Б.М. Інвестиційна політика в Україні : монографія / Б.М. Данилишин, М.Х. Корецький, О.І. Дачій. – Донецьк : «Юго-Восток, Лтд», 2006. – 292 с.
2. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: нац. доп. / О. І. Амоша [та ін.] ; заг. ред. В. М. Гейць [та ін.] ; НАН України. Секція суспільних і гуманітарних наук. – Київ : НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
3. Дика А. П. Трансформація моделі промислової політики задля забезпечення економічного розвитку України / А. П. Дика, А. Д. Залевська-Шишак. // Економічний часопис – XXI. – 2014. – № 7–8. – С. 32–35.

УДК 338.45:658.588

Гирник Л.В., старший викладач

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання кожне підприємство займається різними видами діяльності, об'єднаними за певними напрямками: виробнича, фінансово-економічна діяльність, маркетингова, комерційна, соціальна, інноваційна та ін. Незалежно від виду діяльності, підприємства організують виробництво і збут продукції з метою задоволення потреб ринку і отримання прибутку. Для успішної реалізації поставлених цілей, підприємство має систематично переглядати свої науково-технічні, виробничі та збутові плани відповідно до змін ринкової кон'юнктури, ефективно управляти власними матеріальними та інтелектуальними ресурсами.

Процес планування є невід'ємним елементом механізму функціонування підприємства. Розроблений план розвитку дозволяє систематизувати діяльність, спрогнозувати ризики, сформувати відповідну систему обліку та контролю.

Планування виробництва і реалізації продукції є основним розділом тактичного плану, на основі якого складається виробнича програма підприємства.

Виробнича програма підприємства – річний план виробництва продукції (робіт, послуг) визначеної номенклатури, асортименту та якості, для якого характерні наступні риси: директивність, короткостроковість, детальність, одночасність, гнучкість та адаптивність. Виробнича програма носить чіткі ознаки тактичних, часткових, програмно-цілевих планів, сферою яких є виробництво.

Виробнича програма є важливим розділом плану роботи підприємства і його виробничих підрозділів, оскільки відображає зміст їх основної діяльності та засоби досягнення стратегічної мети. Порядок розроблення виробничої програми підрозділів підприємства значною мірою залежить від призначення їх продукції та економічного статусу.

Загальна схема розробки виробничої програми промислового підприємства зображена на рис. 1 [1].

Процес формування виробничої програми підприємства включає такі складові:

- 1) маркетингове обґрунтування плану виробництва;
- 2) ресурсне забезпечення виробничої програми, зокрема, виробнича потужність;
- 3) оптимізація плану виробництва з метою найбільш ефективного використання ресурсів підприємства.

Одною із важливіших складових процесу формування виробничої програми підприємства є її оптимізація, тобто розробка найкращих планових рішень.

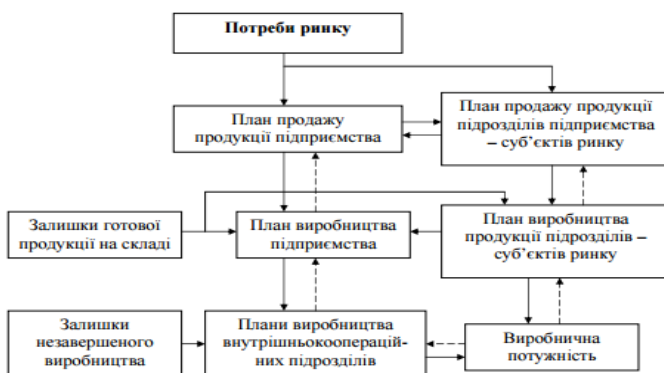


Рис. 1. Схема розробки виробничої програми підприємства

Оптимальною виробничою програмою називається план виробництва продукції (робіт, послуг), який відповідає структурі ресурсів підприємства та забезпечує найкращі результати його діяльності за прийнятим критерієм [2]. Дана програма повинна включати певну номенклатуру продукції, її обсяги, значення техніко-економічних, соціальних та інших показників, а також враховувати обмеження щодо матеріальних ресурсів, персоналу, виробничих потужностей, тощо. При цьому критерієм оптимальності вважають прибуток, або вартісний обсяг виробництва.

Оптимізація виробничої програми проводиться з метою:

- 1) планування оптимальної структури номенклатурних позицій, тобто більш економічно вигідного формування виробничої програми: скільки та яких виробів треба виготовити в плановому періоді за раціонального й повного використання виробничих потужностей, трудових і матеріальних ресурсів;
- 2) визначення максимально можливого обсягу продукції та економічної межі нарощування її виробництва з урахуванням закону спадної продуктивності ресурсу.

До найбільш відомих і розповсюджених методів, що застосовуються при розробці оптимальної виробничої програми підприємства, відносяться нормативний та факторно-аналітичний методи, прогнозування, ситуаційне планування, математико-статистичні моделі різного типу: оптимізаційні, імітаційні, матричні, статистичні, графічні. Серед них найуспішнішим методом є симплекс-метод, який розроблений в теорії лінійного програмування. Під час його використання вибирають критерій оптимізації та його математичну форму – цільову функцію, якою можуть бути: максимальний прибуток, максимальний обсяг виробництва, рівномірне завантаження устаткування, тощо; обмеженнями виступають: повне завантаження кожної групи устаткування, трудомісткість програми, витрати матеріальних ресурсів.

Загалом, процес моделювання оптимальної виробничої програми передбачає такі етапи:

- 1) вибір та загальна характеристика асортименту підприємства;
- 2) загальна характеристика документації підприємства;
- 3) огляд та аналіз основних показників виробничої діяльності підприємства;
- 4) вибір та обґрунтування критеріїв оптимальності;
- 5) побудова економіко-математичної моделі формування виробничої програми;
- 6) обґрунтування ефективності вибору оптимального варіанту річної виробничої програми підприємства [3].

Формування оптимальної виробничої програми є можливим за умови тісного взаємозв'язку всіх планових розрахунків, що здійснюються в процесі її розробки, об'єднання їх в єдину структуровану систему [4]. Дана система повинна враховувати всі внутрішні і зовнішні чинники, забезпечувати ринкову орієнтацію планування на всіх етапах формування виробничого плану та бути інтегрованою в єдину систему управління підприємством.

З метою вирішення цього завдання в процесі розробки виробничої програми на всіх рівнях потрібно дотримуватися наступних вимог [2]: 1) правильного визначення потреби в продукції, що випускається, і обґрунтування обсягу її виробництва попитом споживачів; 2) повного ув'язування натуральних і вартісних показників обсягів виробництва і реалізації продукції; 3) обґрунтування плану виробництва продукції ресурсами, і в першу чергу, виробничою потужністю.

Література

1. Стрельчук Є.М. Внутрішній економічний механізм : навч. посіб. / Є.М. Стрельчук, Є.Г. Борисевич, Н.С. Бобровнича. – Одеса: 2006. – 120 с.
2. Економіка підприємства: підручник / ред. С.Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ. – 2008. – 528 с.
3. Масленіков О.Ю. Оптимізація виробничої програми підприємства / О.Ю. Масленіков, С.І. Савуляк// Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.2. – С. 264-266.
4. Єгупов Ю.А. Системний підхід до планування ресурсного забезпечення виробничої програми підприємства / Ю.А. Єгупов //Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 10 (138) – С. 126-137.

УДК 331.217

Дерікова С.Д., викладач вищої категорії

Матвєєва Г.Г., викладач вищої категорії

Брацлавський агроекономічний коледж ВНАУ

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ ГНУЧКИХ ТАРИФІВ ЯК СТИМУЛ ПОЛІПШЕННЯ ЯКІСНИХ ПОКАЗНИКІВ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ

В умовах ринкових перетворень, характерних для нинішнього етапу розвитку економіки України, підвищення конкурентоспроможності окремих підприємств і галузей, входження держави у світовий економічний простір та конкурування зі світовими лідерами вимагає пошуку шляхів забезпечення високого рівня добробуту народу на основі раціональної організації нормування праці, чисельності працюючих, оплати праці і створення достатньої кількості робочих місць, комплексного реформування всіх складових систем економічних відносин, включаючи відносин власності. Усе це може бути досягнуто за умови створення належної системи.

Бухгалтерський облік будучи фінансовим центром управлінської інформаційної системи дозволяє управлінському персоналу і зовнішнім користувачам мати повну картину господарської діяльності підприємства.

Раціональна організація бухгалтерського обліку дає змогу поставити його на такий рівень, який відповідає вимогам управління в нинішніх умовах розвитку економіки.

Облік оплати праці має великий вплив на трудову дисципліну. Правильний облік мобілізує працівників на виконання робіт і пошук резервів підвищення ефективності виробництва.

Облік праці і її оплати повинен бути організований таким чином, щоб сприяти підвищенню якості виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг.

Облік праці та її оплати має забезпечити:

- точне і своєчасне документальне оформлення даних про обсяг виконаних робіт,

одержаної продукції і нарахованої оплати праці відповідно до кількості і якості затраченої праці;

- правильне нарахування оплати праці кожному працівникові відповідно до діючих положень;
- дотримання порядку розподілу оплати праці за об'єктами бухгалтерського обліку;
- повний і своєчасний розрахунок з працівниками з оплати праці;
- своєчасне складання та подання бухгалтерської і статистичної звітності з оплати праці.

Заробітна плата повинна забезпечити на нашу думку такі функції:

- Відтворювальну – як джерело відтворення робочої сили, і засобу залучення людей до праці;
- Стимулюючу – встановлення залежності рівня заробітної плати від кількості, якості та результатів праці;
- Регулюючу – як засіб розподілу і перерозподілу кадрів по регіонах країни, галузях економіки з урахуванням ринкової кон'юнктури;
- Соціальну – забезпечення соціальної справедливості, однокрової винагороди за однакову працю.

В сучасних умовах виробництва важливе місце належить правильній організації умов праці на підприємстві. Адже правильна організація праці буде впливати на працездатність працюючих, при правильній організації та створенні належних умов, продуктивність праці буде підвищуватися, і навпаки. Разом з тим необхідно врахувати чисельність працюючих, які мають виконувати той чи інший об'єм робіт. Згідно законодавчих актів працюючому повинні бути забезпечені нормальні умови праці, роботодавцем, які б не впливали б на погіршення його стану здоров'я. Тому на кожному у частку роботи повинні бути створенні умови праці, які відрізняються залежно від специфіки робочих місць. Забезпечення умовами праці працівників бухгалтерії, аж ніяк не збігається з працівниками ферм, бригади.

Праця та оплата як ціннісні орієнтири втрачають своє соціально-економічне призначення, і руйнує основи економічного і соціального розвитку суспільства. Важливе значення має чітка організація обліково-аналітичної роботи розрахунків з оплати праці на підприємстві, оскільки вона є найбільш відповідальною і трудомісткою. Крім того, на деяких підприємствах мають місце неофіційні поза облікові нарахування і виплати заробітної плати працівникам без сплати встановлених законодавством податків і платежів. Дослідження показують, що вирішення основних завдань, пов'язаних з нарахуванням та виплатою заробітної плати працівникам сільського господарства неможливе без продуманої системи бухгалтерського обліку.

Особливо негативно на результати господарської діяльності підприємств вплинули нарахування на фонд оплати праці. Надмірна кількість податкових пільг зумовила необґрунтований перерозподіл валового внутрішнього продукту, створила неоднакові економічні умови для господарювання. Усе це призвело до утворення значного неофіційного сектора економіки, до ухилень від оподаткування. В таких умовах і виникла проблема «в конвертах». Чому вона виникла – відповідь очевидна. Роботодавець несе додатково майже 40-відсотків навантаження на фонд оплати праці у вигляді сплати внесків до фондів загальнообов'язкового пенсійного та соціального страхування. Зарплата в «конвертах», як частина тіньової економіки, міцно ввійшла в наше життя й сьогодні створює безліч проблем як для держави, так і для суспільства.

Оплата праці в Україні базується в основному на фіксованих тарифних ставках і є недостатньо ефективною. Альтернативою її можуть бути гнучкі багатофакторні системи заохочення працівників, індивідуальні моделі оплати праці. Вони спрямовані на

забезпечення раціональної організації оплати праці, стимулювання поліпшення якісних показників виробничого процесу, залучення інтелектуального та професійного потенціалу працюючих.

Оплата праці може виконувати як конструктивну, так і руйнівну роль у колективі та суспільстві. Якщо вона зацікавляє працівників, тоді сприяє зростанню продукції та розвитку підприємства. Інакше – вона, що найменше стримує продуктивність.

Стимулююча роль заробітної плати впливає з її диференціації, або у нерівностях у доходах. Нерівність у винагороді за працю є рушійною силою економіки, стимулом зусиль працюючих. Нерівність у доходах сприяє інвестиціям, так як дає змогу накопичувати кошти в руках меншості населення або держави для подальшого інвестування.

Пропонуємо застосувати елементи гнучкої оплати праці, використовуючи системи гнучких тарифів. За таких умов тарифна частина заробітку ставиться в залежність від результативності праці шляхом використання в рамках кожного тарифного розряду трьох рівнів тарифних ставок – низької, нормальної, високої – залежно від виробітку робітника за останніх шість місяців. Цю систему оплати праці можна назвати компромісною тому що вона містить елементи обох форм оплати праці і може використовуватись на тих ділянках роботи, де продуктивність можна виміряти і де робітник може на неї вплинути. Подібне завдання ставиться і перед системою оцінки за слух, що застосовуються в колективах, де присутня значна різниця у кваліфікації і практичному досвіді працюючих і ця різниця істотно впливає на індивідуальні результати роботи.

Пропонуємо нараховувати працівникам заробітну плату ступенево за певні їх кваліфікаційні якості, виконання функцій та завдань, що мають різний рівень складності та наслідків. Доцільно виділити п'ять рівнів послідовного нарахування заробітної плати:

1. Оплата персональних якостей працівника: рівень кваліфікації, освоєння суміжних професій, потенційні можливості, характер трудової поведінки.
2. Нараховується виходячи з оцінки цих якостей на фірмі.
3. Оплата внеску працівника в результати підрозділу працівника. Нараховується, виходячи з кількісної та якісної оцінки даного внеску.
4. Оплата внеску працівника в результати роботи підприємства в цілому нарахування виплат чи дивідендів за різними системами участі.
5. Преміювання виконання завдань національного рівня. Нарахування разових премій за встановленими показниками.

Основними важелями впливу держави на порядок і рівень оплати праці на підприємствах України є державні соціальні гарантії. Вони обов'язкові на всій території України на підприємствах для всіх форм власності і господарювання. До них належить: мінімальна заробітна плата; норми оплати праці; інші гарантії компенсації. Для бухгалтера це свого роду межа про яку він повинен завжди пам'ятати і ніколи її не переступати.

Одним із основних елементів державного регулювання заробітної плати визначення і гарантування мінімального її рівня, який встановлюється у розмірі нижчому за вартісну величину межі малозабезпеченості в розрахунку на працездатну особу. Рівень мінімальної заробітної плати повинен компенсувати затрати праці найменшої складності. Мінімальна заробітна плата повинна бути обов'язковою для всіх галузей і підприємств, систематично встановлюватись державою як тільки порушується співвідношення між мінімальною заробітною платою та середньоденною зарплатою. Ріст мінімальної заробітної плати – більш продуктивний шлях боротьби з бідністю, ніж використання різних форм соціального забезпечення, оскільки не створює у людей

споживацьких настроїв.

Забезпечуючи виконання зазначених завдань, облік оплати праці має великий вплив на трудову дисципліну, правильний облік мобілізує працівників на виконання робіт і пошук резервів підвищення ефективності виробництва.

Для забезпечення реалізації заробітною платою зазначених вище функцій необхідно дотримуватись запропонованих нами таких принципів:

- 1.Підвищення реальної заробітної плати по мірі зростання ефективності виробництва та праці;
- 2.Диференціація заробітної плати залежно від трудового внеску працівника результати діяльності підприємств;
- 3.Однакова оплата за однакову працю;
- 4.Державне регулювання оплати праці;
- 5.Врахування впливу ринку праці;
- 6.Простота, логічність і доступність форм і систем оплати праці.

Держава здійснює регулювання оплати праці працівників підприємств усіх форм власності шляхом:

- встановлення розміру мінімальної заробітної плати та інших державних норм і гарантій;
- встановлення умов і розмірів оплати праці керівників підприємств заснованих на державній, комунальній власності, працівників підприємств, установ та організацій, що фінансуються з бюджету;
- регулювання фондів оплати праці працівників підприємств – монополістів згідно з переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України;
- шляхом оподаткування доходів працівників;
- шляхом регулювання правильності відображення в бухгалтерському обліку витрат пов'язаних з оплатою праці працівників, відповідно до Плану рахунків національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку.

Література

1. Атамас П.Й. Фінансовий облік практикум. – К. : ЦУЛ, 2013. –444 с.
- 2.Сук Л.К. Фінансовий облік : навчальний посібник / Л.К. Сук, П.Л.Сук. – К. : Знання, 2010. – 631 с.
- 3.Огійчук М.Ф. Фінансовий та управлінський облік : підручник /М.Ф. Огійчук. –К. : Алерта, 2009. – 1056с.
- 4.Крупка Я.Д. Фінансовий облік. – Тернопіль НЕУ : Кондор, 2013. – 551с.
- 5.Шара Є.Ю. Фінансовий облік. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 408с.

УДК 338

Паланюк Н.А., викладач-методист

Брацлавський агроекономічний коледж ВНАУ

СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ – ЯК ОСНОВА ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ

Явища реального світу і процеси, що відбуваються у суспільному виробництві, об'єктивно відображаються за допомогою інформації, потоки якої реально існують поряд з потоками робочої сили, матеріалів і знарядь праці. Актуальність проблеми вдосконалення обліково-аналітичного інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень з метою розв'язання економічних проблем зумовлена сучасним станом національної економіки.

Інформація – це головний елемент будь-якої з функцій управління. Володіння

повною, достовірною, актуальною та оперативною інформацією уможливило отримання ринкових переваг, знижує фінансовий ризик, ефективно підтримує прийняття рішень. Різновидом управлінської інформації є економічна інформація, тобто ті економічні дані, що відображають через систему натуральних, трудових і вартісних показників характер планової та фактичної виробничо-господарської діяльності, причинні взаємозв'язки між системою управління та об'єктами управління.

Цінність і своєчасність управлінського рішення значною мірою залежить від здатності управління в потрібний момент зібрати, проаналізувати та проінтерпретувати інформацію. Спеціалісти кажуть, що рецепт для ефективного рішення є тільки один: 90 % інформації і 10% натхнення. Прийняття управлінських рішень пов'язане з постійним перетворенням інформації, а сам процес управління має інформаційний характер.

Нині інформацію розглядають у нерозривній єдності з комп'ютерними системами, які забезпечують її збирання, реєстрацію, зберігання, передавання й перетворення. За допомогою комп'ютерів усю інформацію можна швидко одержати, «відсортувати» у заздалегідь визначеному порядку, що позбавляє необхідності переглядати стоси паперів у пошуках потрібних відомостей. Комп'ютери не створюють інформацію із нічого, але вони здатні надзвичайно швидко сприймати, сортувати, аналізувати та інтерпретувати її за допомогою програмних засобів, розроблених людиною.

Велике значення мають інформаційні технології, які базуються на застосуванні комп'ютерів, активній участі користувачів (непрофесіоналів у галузі програмування) в інформаційному процесі, високому рівні «дружнього» інтерфейсу користувача, широкому використанні пакетів прикладних програм загального призначення, доступі до віддалених баз даних і програм завдяки обчислювальним мережам ЕОМ.

Широке використання новітніх інформаційних технологій сприяло створенню електронних офісів, які забезпечували комплексну реалізацію завдань предметної галузі, причому обладнання та працівники цих офісів перебували в різних приміщеннях. Необхідність роботи з документами, матеріалами, базами даних конкретної організації або установи вдома, у готелі, у транспортних засобах привела до появи так званих віртуальних офісів. Вони базуються на роботі локальної мережі, з'єднаної з територіальною або глобальною мережею. Абонентські системи працівників установ незалежно від місця їхнього перебування вмикаються в спільну для всіх мережу.

Останнім часом мова вже йде про віртуальні підприємства та Internet-економіку, основу якої складає електронний бізнес, побудований на спільних діях бізнес-процесу в особі бізнесмена та комп'ютера або іншого автоматизованого засобу зв'язку з обміну інформацією. Використання Internet (а також Internet та Extranet) спільно з новітніми інформаційними технологіями роблять віртуальний бізнес привабливим і прибутковим.

Отримали право на існування так звані віртуальні підприємства як нова форма економічної організації. Структурно таке підприємство складається з територіально роз'єднаних фірм чи співробітників, що обмінюються продуктами своєї праці і спілкуються винятково електронними засобами при мінімальному або цілком відсутньому особистому контакті. Це вже не просто департаменти, відділи, цехи і групи, а сукупність бізнес-процесів, і робота організовується навколо бізнес-процесів, тому що не товари, а процеси їх створення приносять компаніям довгостроковий успіх.

Комп'ютери стали основним «зряддям праці» всіх спеціалістів (також і аналітиків), тому розглядати особливості формування й використання сучасної інформаційної бази економічного аналізу неможливо без урахування цієї обставини.

На кожній зі стадій управління використовується конкретна вхідна інформація й одночасно формується результатна вихідна інформація, яка є вхідною на інших стадіях управління. Стадії управління повторюються, утворюючи замкнутий контур. Широкий

доступ користувачів до інформації на всіх стадіях управління можливий завдяки сучасним інформаційним технологіям, а також організації баз і банків даних, які забезпечують прямий і зворотний обмін інформацією.

Література

1. Городянська Л. Особливості технічного забезпечення системи бухгалтерського обліку // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 10. – С. 17–22.
2. Жаворонкова Г.В. Формування системи інформаційного забезпечення менеджменту лісогосподарських підприємств в сучасних умовах / Г.В. Жаворонкова, Н.В. Голячук, С.С. // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – Вип. 221. – Т. 1 – Дніпропетровськ: ДНУ, 2011. – С. 255–263.
3. Информационные системы в экономике: учебник / под ред. В.В. Дика. – М.: ФИС, 2008. – 272 с.
4. Садовська І.Б. Обліково-інформаційне забезпечення управлінського аналізу // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: зб. наук.-прикл. пр. «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – № 647. – Львів: «Львівська політехніка», 2009. – С. 498–503.
5. Чумаченко М. Управлінський облік в Україні // Бухгалтерський облік і аудит. – 2001. – №6. – С. 27–29.

УДК 330.341.1:33.027(477)

Усманова М.Р., викладач

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

ПРОБЛЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Економічна ситуація, яка склалась в Україні є вкрай тяжкою. І серед пріоритетних напрямки виходу з кризи є, перш за все, структурна перебудова економіки, яка повинна враховувати реалії світового розвитку техніки та технології, що визначається як основний фактор економічного зростання провідних економік світу. Структурна перебудова має базуватись на інноваційно-інвестиційній моделі розвитку. Головною системною проблемою України є те, що ми залишаємося на рівні технологічно низькоукладної економіки, що є недостатнім для сталого розвитку вітчизняної економіки, гарантованої економічної безпеки та підвищення якості українських громадян. Основним суб'єктом в стимулюванні інноваційної діяльності підприємств повинна бути держава, яка може задіяти всі інструменти впливу для отримання економічного зростання.

Державна інноваційна політика включає в себе системи заходів для створення умов для найкращого розвитку інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, підвищення конкурентоспроможності національної наукоємної продукції. Адекватними інноваційній політиці повинен бути весь комплекс засобів, які застосовуються з метою впливу на інноваційні процеси.

В першу чергу це стосується нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності. Основними правовими документами, що визначають правове поле інноваційної діяльності та статус науки є Закони України «Про наукову і науково-технічну діяльність», «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки», «Про науково-технічну інформацію», а також закони «Про інноваційну діяльність», «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків», «Про державні цільові програми», Закон України «Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій».

Крім того, сьогодні правові питання регулювання правовідносин в інноваційній

сфері вирішуються Цивільним кодексом України, Господарським кодексом України, законами України «Про наукову і науково-технічну експертизу», «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про охорону прав на промислові зразки», «Про охорону прав на топографії інтегральних мікросхем», «Про фінансовий лізинг», а також Державною програмою «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів».

Окрім забезпечення нормативно-правової бази, держава використовує економічні методи впливу. Форми впливу держави в інноваційній сфері умовно поділяються на змінні та постійні, прямі та непрямі, з обмеженою або загальнодержавною сферою дії та її результатами. Їх співвідношення визначається економічною ситуацією в країні та вибором у зв'язку з цим концепції державного регулювання. Остання може бути орієнтована на ринкові відносини або спрямована на централізований вплив. До змінних засобів прямого впливу з обмеженою сферою дії та отриманим результатом належать: бюджетне фінансування на безповоротній основі; бюджетне кредитування; державні гарантії щодо умов реалізації інноваційних проектів; державний контракт на розробку і виконання інноваційного проекту; розробка та реалізація загальнодержавних цільових комплексних програм; управління процесами приватизації з метою пошуку ефективного інвестора; часткове фінансування державою інноваційних проектів у пріоритетних галузях економіки; реалізація державою самостійно комерційних високоприбуткових інноваційних проектів. Ця група засобів за своїми масштабами досить незначна, однак з позиції швидкого нагромадження інноваційних ресурсів та їх оперативного використання вона найефективніша, оскільки дозволяє за короткий проміжок часу реалізувати масштабні інноваційні програми, що в цілому повинно дати поштовх до початку економічного зростання. Ці засоби можуть лише сприяти поліпшенню економічної ситуації, але не визначати її. Непрямі методи націлені на стимулювання інноваційних програм і створення сприятливих умов для новаторської діяльності. До змінних засобів непрямого впливу із загальнодержавною сферою дії та отриманим результатом належать: лібералізація податкової, грошово-кредитної, валютної та амортизаційної політики, створення соціальної інфраструктури, що включає формування єдиної інформаційної системи країни, формування ефективної системи захисту прав на інтелектуальну власність, стимулювання розвитку інноваційної інфраструктури. Ці засоби формують економічний клімат в цілому та інноваційний зокрема, хоча з точки зору швидкої мобілізації інноваційних ресурсів вони інертніші, за швидкістю своєї дії – повільніші порівняно з прямими засобами. До постійних засобів прямого впливу з обмеженою чи загальнодержавною сферою дії та отриманим результатом відносяться: ліцензування окремих видів робіт, стандартизація продукції та експертиза інноваційних проектів. Ця група засобів повинна застосовуватися незалежно від економічної ситуації; вона більш зорієнтована на підвищення якості розробки та виконання інноваційних проектів і програм.

Прикладом для застосування таких методів повинна бути інноваційна політика країн Євросоюзу, США та інших країн щодо застосування бюджетно-податкових та кредитних інструментів підтримки інноваційних підприємств.

Основними формами стимулювання інноваційних підприємств у країнах розвинутої ринкової економіки є:

- пряме фінансування (субсидії, позики), що досягають 50% витрат на створення нової продукції і технологій (Франція, США, Канада, Англія – до 75% для фірм, на яких зайнято до 50 чол.);
- спрощене оподаткування для підприємств, що діють в інноваційній сфері, у т.ч.

виключення з оподатковуваних сум витрат на НДДКР і списання інвестицій на НДДКР (до 20% - США), пільгове оподаткування університетів та НДІ (Японія);

- законодавче забезпечення захисту інтелектуальної власності й авторських прав;
- надання позичок, зокрема без виплати відсотків (Швеція);
- цільові дотації на науково-дослідні розробки (практично у всіх розвинених країнах);
- створення фондів впровадження інновацій з урахуванням можливого комерційного ризику (Великобританія, Німеччина, Франція, Швейцарія, Нідерланди);
- відстрочення сплати мита або звільнення від нього, якщо винахід стосується економії енергії (Австрія);
- безкоштовне ведення діловодства за заявками індивідуальних винахідників, безкоштовні послуги патентних повірених (Нідерланди, Німеччина);
- державні програми щодо зниження ризиків і відшкодування ризикових збитків (Японія);
- програми пошуку і залучення талановитих іноземних спеціалістів, включаючи прискорене оформлення їм віз, надання стипендій для навчання і поліпшення умов проживання (Японія, США, Австралія);

- пільгове оподаткування на прибуток венчурних фірм (США – до 20%. Великобританія: звичайний прибуток – 35%, для венчурних фірм – 25 %; Японія: звичайний прибуток – 42%, для венчурних фірм – 30%).

В Україні чинним законодавством визначено перелік фіскальних інструментів стимулювання інноваційної діяльності:

- бюджетне кредитування;
- повне безвідсоткове кредитування пріоритетних інноваційних проектів, проектів технологічних парків;
- часткове (до 50%), безвідсоткове кредитування інноваційних проектів, т.ч. проектів технологічних парків, за умови залучення до фінансування проекту решти необхідних коштів виконавця проекту і інших суб'єктів інноваційної діяльності;
- відшкодування відсоткових ставок за кредитами, отриманих суб'єктами господарювання в банках;
- пряме фінансування інноваційних проектів.

Використання податкових інструментів для стимулювання інноваційної діяльності значно вужчий, він включає себе:

- звільнення від перерахування до бюджету сум ввізного мита для суб'єктів інноваційної діяльності технопарків та наукових парків;
- застосування 20% норми прискореної амортизації основних фондів групи 3 і 4 – для суб'єктів технопарків.

Але, крім обмеженого набору інструментів, проблемою застосування фіскальних стимулів, які погіршують умови для впровадження інноваційної діяльності є відсутність гарантії отримання державної допомоги; відсутність стабільності і послідовності в фіскальній підтримці інноваційної діяльності; складність отримання бюджетної допомоги та нерегулярне фінансування навіть тих проектів, які передбачені законом.

Тому для реалізації інноваційної політики необхідно реалізувати такі завдання:

1. Формування максимально сприятливого режиму адміністрування інноваційних процесів з мінімальними бюрократичними процедурами та спрощеною податковою звітністю.
2. Забезпечення безумовного виконання чинних положень щодо підтримки інноваційних проектів.
3. Пріоритетне спрямування кредитних ресурсів державних банків для кредитування

інноваційних проєктів.

4. Посилення податкового стимулювання інноваційної діяльності шляхом розширення використання податкових методів, а саме, звільнення від оподаткування прибутку суб'єктів господарювання, отриманого від реалізації інноваційних проєктів; впровадження норми прискореної амортизації для новітнього обладнання при використанні в процесі реалізації інноваційних процесів; звільнення від оподаткування (зниження ставки оподаткування) частини прибутку, яка спрямовується на фінансування НДДКР.

5. Забезпечення публічності та прозорості інформації, яка стосується обсягів та отримувачів бюджетно-податкової допомоги інноваційної діяльності.

УДК 657.421.3

Чугрій Н.А., м.н.с.

Донецька державна сільськогосподарська дослідна станція НААН України

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ

Весь комплекс питань з приводу придбання та використання нематеріальних активів поєднує в собі поняття економічного аналізу, що є актуальним на сьогоднішній день. Нематеріальні активи підприємства являють собою частину загального капіталу підприємства. Саме тому новий етап розвитку економіки та підвищення ролі таких ресурсів, як інформація та нематеріальні активи в управлінні підприємством вимагають вчасного, достовірного та оперативного аналізу господарської діяльності.

Питання проведення економічного аналізу використання нематеріальних активів, їх наявності та руху на підприємстві висвітлювалися в працях Ф.Ф. Бутинця, Т.М. Банасько, Г.В. Савицької, І.Т. Райковської. Критичний аналіз праць провідних вчених показав, що підходи до аналізу використання нематеріальних активів на достатньому рівні не висвітлені та зумовлюють необхідність подальшого вивчення та вдосконалення.

Основними завданнями аналізу використання нематеріальних активів є: аналіз обсягу і динаміки нематеріальних активів; аналіз структури і стану нематеріальних активів за видами, термінами використання і правової захищеності; аналіз дохідності (рентабельності) і фондівіддачі; аналіз ліквідності нематеріальних активів і рівня ризику вкладення капіталу в нематеріальні активи.

Для вирішення проблемних питань, пов'язаних з використанням нематеріальних активів під час проведення економічного аналізу, необхідно:

1) в повному обсязі інформаційно забезпечити аналітиків при проведенні аналізу, оскільки від цього залежить глибина та точність дослідження використання господарюючими суб'єктами нематеріальних ресурсів;

2) насамперед здійснити аналіз структури та динаміки, аналіз наявності та руху, аналіз ефективності, аналіз ліквідності нематеріальних активів, визначити резерви підвищення обсягів виробництва продукції;

3) дотримуватися системного підходу при аналізі використання нематеріальних активів підприємства, оскільки лише системний підхід дозволить найоптимальніше та найефективніше забезпечити наявність та рух таких ресурсів на підприємстві.

Найефективнішим економічний аналіз використання нематеріальних активів буде лише у тому випадку, якщо він здійснюється на основі достовірних даних про всі об'єкти, що використовують у своїй діяльності підприємство. Важливим є відображення нематеріальних активів у повному обсязі. А сьогодні з цим виникає чимало проблем. По-перше, недосконалість законодавчої бази щодо регулювання обліку нематеріальних

активів призводить до того, що не всі об'єкти, які мають бути віднесені до нематеріальних, відображаються в їх складі. По-друге, проблематичним є оцінка нематеріальних активів. В нинішній обліковій практиці існують різні методи та способи визначення вартості даних об'єктів і не завжди вони обираються правильно. Вказані проблеми призводять до того, що балансова вартість підприємств значно відрізняється від реальної. В результаті виникають неточності отриманих даних при проведенні аналізу, що негативно впливає на різні аспекти використання таких активів.

Для аналізу нематеріальних активів розробляють систему економічних показників, що характеризують статистику (стан) і динаміку (рух) об'єкта, який вивчають. Особливе значення для аналізу мають показники ефективності використання нематеріальних об'єктів, що відображають рівень їх впливу на фінансовий стан і фінансові результати діяльності підприємства.

Економічний ефект від використання нематеріальних активів виражається у загальних результатах діяльності підприємства: збільшення прибутку, фінансова стійкість підприємства, підвищення конкурентоспроможності продукції, збільшення обсягів реалізації, розширення ринків збуту. Рентабельність нематеріальних активів повинна тільки зростати, в протилежному випадку діяльність підприємства не принесе власникам очікуваних результатів. Кінцевий ефект використання нематеріальних активів відображається у загальних результатах господарської діяльності: зниженні витрат на виробництво, зменшенні обсягів збуту продукції, зростанні прибутку, підвищенні платоспроможності і стійкості фінансового стану.

Сучасні світові тенденції вимагають плідної праці в напрямі зменшення впливу на рівень розвитку системи економічного аналізу таких негативних факторів, як: недостатній професіоналізм працівників і непрозорість прийняття рішень, що тягнуть за собою незацікавленість управлінського персоналу в проведенні аналізу, недосконалість методики економічного аналізу як у контексті управління безпосередньо нематеріальними активами, так загалом прийняття управлінських рішень.

Можна визначити шляхи підвищення ефективності використання нематеріальних активів:

- 1) дотримання підприємством власної стратегії технічно – організаційного та економічного розвитку;
- 2) переорієнтація на максимальне технічне переозброєння й реконструкцію;
- 3) систематичне оновлення технологічної бази взаємопов'язаних виробничих ланок підприємства та багато інших шляхів та способів, які дадуть змогу покращити стан підприємства, а також основні показники ефективності використання нематеріальних активів.

Таким чином, правильне проведення економічного аналізу використання нематеріальних активів дозволить отримати позитивні показники їх використання та здійснити оптимізацію витрат для розширення обсягів виробництва продукції.

Аналізуючи рівень використання нематеріальних активів можна дати вартісну характеристику науково-технічного потенціалу підприємства і оцінити його здатність вести конкурентну боротьбу на ринку продукції; активізувати процес залучення інвестицій, збільшити загальну вартість активів підприємства, тим самим сприяти зростанню іміджу підприємства і ступеня довіри до продукції, що в свою чергу дозволить отримати додатковий прибуток.

Література

1. Економічний аналіз / Ф.Ф. Бутинець, С.Ш. Шкарабан, Є.В. Мних та ін.: за ред. Ф.Ф. Бутинця – Житомир: ПП "Рута". – 2003. – 680 с.
2. Шелест В. С. Аналітичне забезпечення управління нематеріальними активами //

БІЗНЕС ІНФОРМ. – 2013. – №11. – С.329-334.

3. Поліщук, В. Л. Інформаційне забезпечення та завдання аналізу нематеріальних активів // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – 2013. – Том 14. – № 3. – С. 180-186.

4. Ільницький Д. Порівняльний аналіз залежності успішності діяльності провідних компаній світу та України від нематеріальних активів// Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №5(23). – С.56-61.

УДК 658.15

Головко Т.В., аспірант

Київський національний торговельно-економічний університет

ГРОШОВІ ПОТОКИ В ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Грошові потоки відіграють важливу роль в будь-якому бізнесі, а особливо в діяльності підприємств торгівлі. Ось, наприклад, звичайна ситуація для торгівлі: до курортного сезону, поповнення запасів та грошові резерви досягають одного з найнижчих рівнів за рік. Якщо припустити, що магазин зможе реалізувати свої запаси, що в свою чергу передбачає, що менеджери обрали правильні товари для даного сезону - підприємство досягне найкращої грошової позиції року після курортного сезону.

Грошові потоки впливають на майже кожен ланку торговельного підприємства, від товарних запасів для покупки та заробітної плати працівників до капітальних витрат. В загальному особливості грошових потоків залежать від швидкості обертання запасів, кількості працівників, сезонності, особливостей здійснення торгових операцій та інших аспектів діяльності. Поки готівкові гроші обертаються на підприємстві - бізнес живий, у протилежному випадку - він приречений на вихід з ринку. Тед Хорлбут зазначає: «За позитивного грошового потоку існує завтра. Коли грошовий потік від'ємний, існує лише безодня» [1].

Для торговельних підприємств проблема ефективного управління грошовими потоками постає досить гостро ще й через наявність низки особливостей діяльності, а саме:

- високий рівень оборотних активів в їх загальному обсязі (понад 80%, на підприємствах інших видів діяльності в середньому становить 30-60%);
- значна частка товарних запасів у структурі запасів підприємств (у торгівлі даний показник може становити більш ніж 60%, в інших галузях не перевищує 20%);
- низький рівень частки власного капіталу у фінансуванні (до 10%, в той час як в інших галузях даний показник не нижче 30%);

Обсяг і асортиментна структура товарообігу значно впливають на потребу у фінансових ресурсах: чим більший об'єм товарообігу, тим більша при інших рівних умовах потреба в оборотних коштах. Асортиментна структура товарообігу визначає терміни оборотності товарів, величину товарних запасів. Чим ширше і складніше асортимент, тим більше час звернення, більше величина товарних запасів і, відповідно, більша потреба в оборотних коштах [2].

Недостатній обсяг продажів не обов'язково є головною причиною труднощів підприємств, їм може перш за все не вистачати готівки для фінансування своєї операційної діяльності.

Торгівля по суті живе в кредит, таким чином, для торговельних підприємств найбільш важливим аспектом управління грошовими потоками є мінімізація ризику браку грошових коштів, викликаного занадто істотним розривом між грошовими надходженнями та витратами. Грамотне управління грошовими потоками передбачає

регулярний аналіз руху грошових коштів, а також прогнозування грошових потоків, що дозволить вживати заходів щодо запобігання проблем з готівкою. Важливим є створення адекватної інформаційної бази для управління грошовими потоками, для забезпечення аналізу, планування та контролю за грошовими потоками, що повинна включати зокрема такі елементи, як дебіторська заборгованість, запаси, кредиторська заборгованість, умови кредитування, тощо.

В цілому по галузі наразі питання управління грошовими потоками більш якісно розглядається на рівні великих та середніх підприємств, що володіють необхідними ресурсами для забезпечення даного процесу, в той же час на малих та мікро-підприємствах управління грошовими потоками розвинене слабо, особливо в частині їх планування, що досить часто призводить до виходу підприємств з ринку. Тому враховуючи особливості діяльності підприємств торгівлі необхідно запроваджувати відповідну систему управління грошовими потоками, що дозволить, з врахуванням наявного та прогнозованого стану ринку і потенціалу підприємства, більш цілеспрямовано та керовано здійснювати діяльність, підвищити гнучкість та мобільність бізнесу.

Література

1. Ted Hurlbut, Cash Flow, The Lifeblood of Every Independent Retailer, Apr 13, 2012, [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.articlesbase.com/sales-articles/cash-flow-the-lifeblood-of-every-independent-retailer-5824238.html>.

2. Белоусова М.В. Управление финансовыми потоками на предприятиях оптовой торговли // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 6.; [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=11160>.

УДК 338

Гриценко А.С., аспірант

Національний університет біоресурсів і природокористування України

КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпечення захисту господарської діяльності, в умовах нестабільності економіки – одне із найголовніших завдань для підприємств незалежно від їх виду діяльності та форм власності. Перед кожним функціонуючим підприємством постійно виникають загрози їх діяльності. Тому виникає необхідність своєчасно виявляти та прогнозувати появу можливих загроз, оцінювати рівень їх впливу та шляхи нейтралізації. Ці заходи будуть сприяти підвищенню рівня економічної безпеки підприємства в цілому.

Безпека підприємства – стан, при якому зберігаються показники його діяльності під час впливу на нього загроз внутрішнього і зовнішнього середовища.

Економічна безпека підприємства характеризується станом захищеності від несприятливого впливу дії факторів внутрішнього і зовнішнього походження, який досягається за допомогою адаптованості до змін, ефективності використання виробничих ресурсів, розробки і реалізації напрямів розвитку, які забезпечать стійке функціонування та гармонізацію власних інтересів та інтересів суб'єктів зовнішнього середовища [1].

Небезпека – існуюча або потенційна можливість дії загрози, вплив якої може завдати шкоди будь-якому суб'єкту чи об'єкту [5].

Загроза – негативний вплив внутрішніх і зовнішніх факторів на ефективність діяльності підприємства [2].

Існує безліч підходів до класифікації загроз, проте звернемо увагу на ті, які мають найбільш суттєве значення для забезпечення безпеки діяльності підприємства.

Виділяють наступні класифікаційні ознаки та види загроз економічній безпеці промислового підприємства:

1. За сферою виникнення:

- внутрішні – пов'язані із діяльністю підприємства на мікрорівні, а саме організація праці та соціальної сфери персоналу, дотримання технологічності бізнес процесів та багато інших;

- зовнішні – обумовлюються станом зовнішнього оточення та не залежать від діяльності суб'єкта господарювання.

2. За тривалістю дії:

- тимчасові – загрози, які одноразово або періодично постають перед організаціями;

- постійні – які постійно супроводжують діяльність підприємства.

3. За ступенем небезпеки:

- несуттєві – загрози, які незначною мірою погіршують стан об'єкту, системи або процесів, не порушуючи їх цілісність, та наносять підприємству незначних збитків;

- помірні – які дестабілюють стан об'єкту, системи або процесів в межах допустимих значень, не порушуючи їх цілісність, та наносять підприємству помірних збитків.

- небезпечні – які значною мірою погіршують стан об'єкту, системи або процесів, порушуючи їх цілісність, наближаючи їх до меж граничних значень та наносять підприємству значних збитків;

- особливо небезпечні – які порушують цілісність та стан об'єкту, системи або процесів, виходять за межі граничних значень та наносять підприємству руйнівних збитків.

4. За можливістю здійснення:

- реальні – які виявляються у результаті дослідження стану діяльності підприємства, аналізі його слабких та уразливих сторін;

- потенційні – дія можливих факторів, які будуть негативно впливати на результати діяльності підприємства.

5. За джерелом походження:

- об'єктивні – які, не залежать від діяльності суб'єктів господарювання або дії фізичних осіб та виникають без їх участі;

- суб'єктивні – зумовлені навмисними або ненавмисними діями юридичних чи фізичних осіб, органами влади та державними установами.

6. За можливістю настання:

- очевидні – зумовлені очевидними факторами, настання яких не потребують додаткового обґрунтування;

- латентні – неявні, які тяжко виявляються або прогнозуються.

7. За характером спрямування:

- прямі – безпосередньо впливають на господарську діяльність підприємств;

- непрямі – несуть опосередкований вплив на діяльність суб'єктів господарювання.

8. За здійсненням в часі:

- безпосередня – яка, впливає на підприємство в поточному періоді;

- поточна – поява якої можлива на протязі року;

- далека – поява якої можлива не раніше ніж через рік або й більше.

9. За ймовірністю настання:

- малоімовірні – ймовірність настання дуже низька;

- ймовірні – ймовірність настання невисока, проте потребують прогнозування та планування можливості збитку;

• значно ймовірні – імовірність настання дуже висока, прогножуються і забезпечуються бюджетом;

• неминучі – завжди передбачуються і плануються бюджетом, так як настання їх обов'язкове за будь-яких умов.

10. За можливістю запобігання:

• непередбачувані – надскладні, форс-мажорні обставини, які виникають внаслідок природних або техногенних катастроф, епідемій, війн;

• передбачувані – передбачаються на стадії планування бізнес та технологічних процесів для запобігання або мінімізації можливого збитку.

11. За можливістю прогнозування:

• прогнозовані – майже завжди виникають внаслідок господарської діяльності суб'єктів господарювання або дії зовнішніх передбачуваних факторів;

• випадкові – не можуть бути передбачені керівництвом і виникають раптово за рахунок форс-мажорних обставин.

12. За сферою виникнення:

• економічні – виникають під впливом як зовнішніх так і внутрішніх факторів, таких як інфляція, зміна попиту, зниження платоспроможності населення і т.д.;

• політичні – спричинені політичною нестабільністю;

• правові – недосконалість податкового і господарського законодавства;

• техногенні – пожежі, транспортні аварії, вибухи, аварії із викидами біологічно небезпечних речовин; аварії на очисних спорудах, на електроенергетичних системах, обваллення будівель і споруд і т.д.;

• екологічні – землетруси, повені, посуха, виснаження природних ресурсів, евтрофікування навколишнього середовища, забруднення ксенобіотиками, погіршення якості підземних вод і т.д.;

• конкурентні – загроза збитків від наслідків недобросовісної конкуренції;

• контрагентські – шахрайство, збитки спричинені ухиленням від виконання зобов'язань;

• виробничі – виникають в результаті здійснення виробничої діяльності підприємства;

• фінансові – виникають під впливом як внутрішніх дестабілізаційних процесів так і зовнішніх та є наслідком втрати фінансових ресурсів підприємства;

• інвестиційні – можлива втрата або недоотримання прибутку внаслідок інвестування коштів у ненадійні або ризикові проекти;

• кадрові – виникають внаслідок навмисних або ненавмисних дій персоналу які призводять до виникнення на підприємствах збитків (низка кваліфікація, неефективність системи мотивації, напруженість соціально-психологічного мікроклімату, переманювання конкурентів, інфляційні процеси, що впливають на рівень заробітної плати і т.д) [4, с. 227];

• організаційні – нераціональна організація праці і робочого часу;

• технологічні – високий рівень фізичного і морального зношення устаткування;

• інноваційні – полягають у неконтрольованості процесу науково-дослідних робіт, які призводять до виникнення шкідливих для оточення і суспільства інновацій[3, с.12];

• експортно-імпорتنі - формалізовані проблеми на митниці, які збільшують термін проходження продукції через митний контроль;

• логістичні – пов'язані із втратами або псуванням готової продукції, сировини, напівфабрикатів внаслідок порушення умов та строків переміщення на процесих постачання, виробництва, транспортування, складання, збуту, як всередині організації

так і поза її межами.

13. За об'єктами зазіхання:

- капітал – загроза втрати або пошкодження капіталу підприємства;
- персонал – спричиняються дестабілізаційними процесами соціально-психологічного клімату працівників, а також можливі втрати спричинені їхньою безвідповідальністю або низькою кваліфікацією;
- ділова репутація – ненавмисне або навмисне псування іміджу організації, що спричинені негативними відгуками про неї, внаслідок дій, які погіршують якість готової продукції, перешкоджають просуванню її на ринку;
- інформація – зазіхання на інформацію, яка представляє собою «комерційну таємницю»;
- технології – можливі втрати наслідок порушення технологічних процесів або появи нових більш ефективніших і економічніших технологій у конкурентів.

14. За способом здійснення: розкрадання, здирство, шпигунство, психологічний вплив та підкуп персоналу, навмисне пошкодження майна.

Отже, аналіз ряду внутрішніх і зовнішніх загроз за їх сферою виникнення, ймовірністю настання, ступенем небезпеки, тривалістю, способами здійснення, наслідками дії свідчить про їх величезну різноманітність. В залежності від виду діяльності та способів господарювання, у кожного підприємства буде різна система загроз відповідно до сфери виникнення, об'єктів зазіхання та способів здійснення, а за іншими класифікаційними ознаками загрози притаманні абсолютно усім підприємствам. Тому, перед керівниками підприємств, в залежності від ситуації постає завдання розробки системи заходів, які дадуть змогу своєчасно виявити, послабити або запобігти можливій дії загроз ефективній діяльності суб'єкта господарювання, і як наслідок підвищити рівень його економічної безпеки.

Література

1. Білошкурська Н.В. Теоретичні аспекти економічної безпеки підприємств [Електронний ресурс] / Н.В. Білошкурська, М.В. Білошкурський // Сталій розвиток економіки. – 2013. – №2. – С.85-89. Режим доступу : http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/103/1/Teoretichni_aspektu_ekonomichnoi_bezpeky_pidpriemstv.pdf.
2. Дикань В.Л. Економічна безпека підприємства [Текст]: навч. посібник. / В.Л. Дикань, І.В. Воловельська, О.В. Маковоз – Харків: УкрДАЗТ, 2011. – 266 с.
3. Євтушевська О.В. Перспективи та загрози розвитку інноваційної діяльності / О.В. Євтушевська // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 3(153). – С. 8-14
4. Єременко А.О. Зовнішні та внутрішні загрози кадровій безпеці підприємства / Вісник економіки транспорту та промисловості. – 2012. – №39. – С. 226-229
5. Погосова М.Ю. Структурно-логічний аналіз поняття «Фінансова безпека підприємства» / М.Ю. Погосова // Наука й економіка. – 2008. – № 3. – С. 258-263.

УДК 330.101:[631/635]

Руденко С.В., асистент

Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. П. Василенка

ОСОБЛИВОСТІ ТЛУМАЧЕННЯ ДЕФІНІЦІЇ «ВИРОБНИЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ» В СИСТЕМІ ПОТЕНЦІАЛІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Систематизація результатів сучасних досліджень в сфері аграрної економіки дає змогу стверджувати, що значна увага дослідниками приділяється розгляду питань

підвищення економічної ефективності діяльності аграрних підприємств через призму формування та реалізації їх виробничого потенціалу. При цьому існуючі наукові роботи демонструють досить широкий спектр поглядів на сутність виробничого потенціалу, наявність в них теоретично-методологічних протиріч, а також фактичну відсутність усталеного понятійно-категоріального апарату його досліджень. Крім того, варто констатувати, що наразі досить поширеними є авторські визначення економічних понять, які часто містять протиріччя з базовими положеннями економічної науки та майже не створюють приросту знань або такий приріст є сумнівним.

Переходячи до аналізу існуючих поглядів на сутність поняття «виробничий потенціал», варто ще раз підкреслити їх дуже велику кількість. В.В. Россоха, звертаючи увагу на значний обсяг і спектр поглядів з питань потенціалу, відзначає, що це є результатом різних форм прояву цієї категорії, як і будь-якого економічного явища. Він зазначає, що кожен дослідник адаптує зміст використовуваних термінів, їх етимологічне визначення і теоретичні розробки до розв'язання завдань власного дослідження, для того щоб найповніше розкрити досліджувану проблему [1].

Критичний аналіз виокремлених наукових підходів довів, що всі вони ґрунтуються на певному контексті різнонаправлених досліджень, в рамках яких автор через призму потенціалу підприємства та його мобілізації намагалися пояснити більш значимі процеси та явища в його економічній діяльності. Саме цією постановкою питань дослідження потенціалу підприємства, як другорядної категорії, і зумовлене виникнення окреслених теоретико-методологічних, методичних та прикладних протиріч.

В свою чергу, при виконанні дослідження потенціалу аграрного підприємства, як динамічної відкритої організаційно-економічної системи, а не сукупності, хоча б через об'єктивність ознак емерджентності в поєднанні його компонент та елементів, адитивності в частині відкритості потенціалу через можливості розширення його елементної бази, та адаптивності, через відкриття та закриття тих чи інших можливостей під впливом факторів зовнішнього середовища підприємства, такі протиріччя можуть бути однозначно усунені, а отримане визначення центральної категорії, що розглядається, стане універсальним та таким, що відповідає контексту будь-якого дослідження. Вказане передбачає опрацювання нового теоретичного підходу до тлумачення сутності потенціалу підприємства.

Центральним постулатом підходу, який обґрунтовується в нашому дослідженні, є те, що потенціал підприємства має розглядатися не як проста сукупність можливостей, об'єктів та суб'єктів, за рахунок яких ці можливості реалізуються, а система елементів та компонент. В свою чергу, ознакою розмежування компонент та елементів потенціалу є їх дискретність та здатність до внутрішнього структурування. Ми пропонуємо в якості елементів потенціалу розглядати неділимі об'єкти, суб'єкти та можливості, а в якості компонент – підсистеми, які мають власну структуру, проте характеризується єдністю функціонального навантаження. До перших доцільно відносити, наприклад, цілісні об'єкти основних засобів підприємства, як елемент його ресурсного потенціалу, характеристикою можливостей яких є розширення здатності підприємства до виконання тих чи інших операцій виробничо-технологічного циклу, виробництва тих чи інших видів продукції тощо. Прикладом других є система менеджменту підприємства, в частині її здатності до гнучкого реагування на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища в контексті прояву адаптивної ознаки потенціалу, як системи.

Основними принципами запропонованого нами підходу є: функціональність, результативність, інваріантність та здатність до оцінювання. Виходячи з того, що мобілізація різних наборів складових потенціалу підприємства призводить до отримання різних ефектів, то в цей процес мають залучатися різні засоби та інструменти

організаційно-управлінських впливів. В свою чергу, поєднання компонент та елементів потенціалу визначає особливості виникнення ефектів синергії, адже просте поєднання окремих складових не дозволяє досягти вказаних розмірів ефектів.

Важливим напрямом для розкриття економічної сутності виробничого потенціалу є визначення його місця в формуванні та реалізації потенціалу аграрного підприємства.

Співвідношення базових типів потенціалу підприємства, а саме виробничого, ресурсного та економічного, рівно як і їх генезис, відбувається під впливом інструментів організаційно-управлінського впливу керуючої системи підприємства на керовану, а отже елементи та компоненти базових потенціалів. При цьому відбувається генерування майже необмеженого переліку функціональних типів потенціалу аграрного підприємства. Ми виходимо з того, що ресурсний потенціал трансформується у виробничий під впливом таких інструментів, як технології виробництва продукції, організація та управління виробничою діяльністю. При цьому оціночною характеристикою виробничого потенціалу є здатність до виробництва підприємством певних видів продукції в певних обсягах та за певного рівня якості.

Трансформація виробничого потенціалу в економічний відбувається за залучення такого інструментарію, як маркетингово-збутова діяльність підприємства та, передусім, управління нею, за рахунок чого підприємство отримує та реалізує можливості здійснення комерційної діяльності з виробленою продукцією та завершує виробничо-комерційний цикл, отримуючи авансований у виробництво капітал в грошовій формі. Так само із залученням маркетингового, організаційно-правового та організаційно-управлінського інструментарію на базі економічного формується конкурентний потенціал аграрного підприємства.

Таким чином, результати проведеного дослідження дають змогу сформувати визначення виробничого потенціалу, під яким варто розуміти складну багатогранну та багаторівневу системну характеристику підприємства, яка ототожнює його можливості щодо отримання певних результатів своєї діяльності у визначених напрямках за рахунок певних організаційно-управлінських дій в процесі поєднання складових ресурсного потенціалу з технологіями, організацією та управлінням виробництвом в підприємстві.

Література

1. Россоха В.В. Формування і розвиток виробничого потенціалу аграрних підприємств / В.В. Россоха. – К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2009. – 398 с.

УДК 330.322:061.5

Камаган Али Хассан, аспирант Одесский национальный экономический университет ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Основной целью инвестиционной деятельности является обеспечение эффективного осуществления инвестиционной стратегии предприятия. Потребность в инвестициях при реализации стратегии предприятия обусловлена необходимостью восстановления и расширения материально - технической базы предприятия, увеличение объемов производственной деятельности и повышения качества продукции. Инвестиционная стратегия предприятия должна быть ориентирована на долгосрочные цели и реализовываться в процессе текущей деятельности посредством выбора соответствующих инвестиционных проектов и программ. Долгосрочными конкретизированными целями предприятия на разных этапах могут быть: достижение определенных нормы и массы прибыли, рост масштабов путем увеличения торгового

оборота и доли контролируемого рынка, производство новой продукции, изменение изношенного и устаревшего оборудования для снижения издержек производства, защита окружающей среды и т.д. [1].

Оценка инвестиционной привлекательности объекта инвестирования и инвестиционного потенциала инвестора заключается в определении степени соответствия условий функционирования компании, сложившиеся под влиянием внешних и внутренних факторов, интересам инвесторов. Факторы, определяющие уровень инвестиционной привлекательности компании, постоянно меняются. Это происходит из-за того, что, с одной стороны, деятельность предприятия, приводит к изменению в объеме и структуре активов, обязательств и капитала предприятия, а с другой - определенные изменения претерпевают требования самого инвестора к объекту инвестирования. Указанные изменения могут существенно повлиять на обоснование, принятие и реализацию решения об инвестировании в предприятие. Поэтому существует необходимость контроля и анализа инвестиционной привлекательности компании со стороны инвестора. По результатам проведения контрольных и аналитических процедур должны быть сформированы выводы о соответствии фактических условий функционирования компании ожиданиям инвесторов. Указанные выводы являются основой оценки инвестиционной привлекательности компании.

Для оценки инвестиционной привлекательности предприятия наиболее традиционным является подход, основанный на анализе его финансового состояния с помощью совокупности определенных групп коэффициентов. Такой подход делает невозможным принятие стратегических инвестиционных решений на долгосрочном периоде времени и может быть использован в процессе решения вопросов о целесообразности инвестирования только в краткосрочном аспекте. Второй существующий подход, находится в стадии формирования и восстановления, кроме проведения анализа финансовой деятельности предприятия, предусматривает внесение дополнительных направлений и составляющих и формирование комплексной системы показателей для оценки его инвестиционной привлекательности [2].

Финансовые ресурсы, в частности, денежные средства, в инвестиционной деятельности играют наибольшую роль. Во-первых, они могут трансформироваться в любую другую форму инвестиционных ресурсов путем приобретения предметов и средств труда, инноваций, рабочей силы и других элементов производства, а, во-вторых, только денежные средства дают возможность инвестору выбирать любой объект инвестирования. Инвестиционные ресурсы в виде ценных бумаг, которые вкладываются в объекты инвестирования, в частности, в уставный фонд, в Иракском Курдистане почти не используются. Инвестиционные ресурсы в форме материальных, нематериальных и трудовых ресурсов вкладываются исключительно в процесс производства.

Инвестиционная привлекательность может рассматриваться на уровне страны, отрасли, региона, предприятия. Предприятие в этой системе является конечным пунктом вложения средств, где реализуются конкретные проекты.

К числу наиболее известных западных систем оценок инвестиционной привлекательности и риска относятся рейтинги Institutional Investor, Euromoney, Business Environment Risk Index (BERI). Рейтинг Institutional Investor оценивает прежде кредитоспособность стран и состоит при участии экспертов 100 ведущих международных банков. Рейтинг Euromoney базируется на исследовании таких групп индикаторов: рыночных - 40%; кредитных - 20%; политико-экономических, включающие в себя политический риск, экономическое положение и прогноз экономического развития - 40%.

Анализ представленных оценочных факторов позволяет отнести Курдистан в целом

к категории территорий со средним уровнем развития. Однако при всех прочих благоприятных обстоятельствах нерешенность проблемы собственности на землю резко снижает ее привлекательность как объекта долгосрочных вложений. Кроме того, к факторам, дестабилизирующих экономику Курдистана, можно отнести ограничения, связанные с движением капитала, неразвитость фондового рынка, сложное финансовое положение большинства предприятий.

Мировой опыт свидетельствует, что страны и автономии с переходной экономикой не в состоянии самостоятельно выйти из экономического кризиса без привлечения и эффективного использования иностранных инвестиций, аккумулируют или капитал, обеспечивая доступ к современным технологиям и менеджмента, иностранные инвестиции не только способствуют формированию национальных инвестиционных рынков, но и делают динамическими другие факторы в развитии рынков товаров и услуг. Кроме того, иностранные инвестиции позволяют решать многие социальные проблемы этого периода.

Литература

1. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність : навч. посіб. / Т.В. Майорова. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 376 с.
2. Brigham E. Fundamentals of Financial Management. – New York, The Dryden Press, 1992.

УДК 338.242.2

Чепіжко Е.В., аспірант

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

АНАЛІЗ МЕТОДІВ І МОДЕЛЕЙ ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних реаліях ринку, для того щоб підприємство мало змогу успішно конкурувати з суперниками та мати стійкі конкурентні позиції, необхідно не тільки вивчати ринок, вірно оцінювати можливість конкурентів і чинники, що їх визначають, але й так само вірно оцінювати свою конкурентоспроможність, визначати пріоритетні напрямки її підвищення.

Вибір методу оцінки конкурентоспроможності підприємство є ключовим рішенням, яке повинно бути функціонально повним та достовірним, але також бути не дуже складним та дорогим для його використання. Саме тому вибір методу оцінювання, який полягає в розкритті його сутності, обґрунтуванні доцільності та можливості отримання оцінки з мінімальною погрішністю, є одним з основних етапів процедури оцінки. Крім того, метод оцінювання визначає можливість отримання об'єктивної кількісної та якісної оцінки і повинен знаходитись у основі формування і управління конкурентними перевагами підприємств та їх конкурентного потенціалу.

Проведений аналіз вітчизняних і зарубіжних джерел, надає можливість стверджувати, що всі існуючі в практиці економіки й управління методи оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів можна об'єднати за чотирма групами та за двома основними критеріями: за ступенем об'єктивності (суб'єктивності) результатів оцінки, а також за підходом до оцінки – якісна чи кількісна (табл. 1). [22, 23].

Оцінку конкурентоспроможності підприємства доцільно здійснювати у три етапи:

- спершу необхідно виявити і оцінити особливості впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища суб'єкта;

- визначити ключові фактори успіху з використанням якісних методів.

- проведення подальшої кількісної, більш ретельної оцінки.

Слід зазначити, що думки експертів досить часто виступають в якості доповнення до

відомих методів оцінки конкурентоспроможності, як правило, для визначення значущості (вагомості) параметрів, вибраних для оцінки; а також в якісних методах оцінки для спрощення інтерпретації та аналізу результатів.

Таблиця 1. Систематизація існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

Критерій		Найменування групи методів та основні представники	Основні недоліки	Основні переваги
Ступень об'єктивності (суб'єктивності) результатів оцінки	Підхід до оцінки – якісна чи кількісна			
Суб'єктивні	Якісна оцінка	Матричні методи (матриці BCG, McKinsey, ADL)	Моделі, як правило, сильно спрощені. Відображають рівень конкурентоспроможності об'єкта (підприємства) лише в чітко окреслених рамках галузі. Виключає проведення аналізу причин того, що відбувається і ускладнює вироблення управлінських рішень, а також вимагає наявності достовірної маркетингової інформації, що сприяє необхідності відповідних досліджень.	Досить універсальні, їх можна використовувати для оцінки конкурентоспроможності об'єктів різних галузей народного господарства. При наявності інформації про обсяги реалізації і відносних частках ринку конкурентів метод дозволяє забезпечити високу адекватність оцінки.
	Кількісна оцінка	Методи експертних оцінок, які базуються на інтуїції, баченні, професіоналізмі експерта (оцінка конкурентної сіли компанії за методикою А.А. Томсону - мол. и А.Дж. Стрикленда та ін.)	Трудомісткі і більш вимогливі до наявності певної інформації.	Універсальність. За допомогою експертної групи можна досить швидко й просто отримати оцінку стану того чи іншого підприємства. Крім того, експертні оцінки незамінні в тих випадках, коли деякі необхідні параметри неможливо оцінити кількісно.
Об'єктивні	Кількісна оцінка	Розрахункові та розрахунково-графічні методи (диференціальні, комплексні і т.д.):	Трудомісткі і більш вимогливі до наявності певної інформації.	Надають більш об'єктивну оцінку рівня конкурентоспроможності, завдяки використанню широкого переліку різноманітних оціночних критеріїв, на основі яких за фактичними даними проводиться розрахунок одиничних, групових, інтегральних показників конкурентоспроможності
	Якісна оцінка	Моделі структурного і стратегічного аналізу: (п'яти факторна модель «ромб», ланцюжок цінностей М. Портеру, моделі стратегічного аналізу (STEP-аналіз, SWOT-аналіз)	Відображають рівень конкурентоспроможності об'єкта (підприємства) лише в чітко окреслених рамках галузі. Моделі, як правило, сильно спрощені.	Універсальні. Можна застосовувати для оцінки конкурентоспроможності об'єктів різних галузей народного господарства.

Всі розглянуті методи мають, на наш погляд, мають такі істотні недоліки:

- оцінка конкурентоспроможності підприємства лише констатує його поточний стан (грунтується на фактично досягнутих результатах і показниках). Однак будучи інструментом стратегічного планування, в сучасних ринкових умовах оцінка конкурентоспроможності повинна надавати прогноз на перспективу;

- більшість методик ґрунтується на виявленні факторів конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, при цьому робиться спроба виявленні максимальної кількості цих факторів. Оскільки кількість факторів конкурентоспроможності практично нескінченна, отже, заснована на такому нечіткому переліку оцінка конкурентоспроможності підприємства буде неадекватною [42].

- більшість методик передбачає порівняння підприємств, які виробляють схожі товари і послуги та діють у схожих економічних умовах. Однак, розвиток ринку призводить до все більшої диверсифікації підприємств, що все більш посилює відмінності в економічних умовах діяльності підприємств.

Зазначені недоліки існуючих підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств обумовлюють невисокі можливості практичного застосування більшості з них.

Швидкі зміни зовнішнього середовища підприємств стимулюють появу нових методів, систем і підходів до управління конкурентоспроможністю.

В сучасних умовах української економіки доцільно застосовувати системно-комплексні підходи, які враховують специфіку вітчизняних ринкових відносин. Оцінка конкурентоспроможності підприємств за допомогою методів багатовимірного аналізу (використання методу таксономії, методу головних компонент та не метричного методу багатовимірного шкалування) дозволяє підприємствам виявити власне становище відносно конкурентів, визначити стратегію та тактику для розвитку.

Таким чином, підтверджується необхідність в розробці способу оцінки конкурентоспроможності, який адекватно відображає сучасні українські умови ринкової невизначеності.

Література

1. Гудзиський О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія / О. Д. Гудзиський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко ; Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.

2. Иванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства : оцінка, формування та розвиток / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванова ; НАН України, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку. – Харків : ІНЖЕК, 2008. – 352 с., С. 17-23.

3. Найденев А.П. Теория стратегий предприятия. Современное состояние и направление развития: Монография. – СПбГУ, 2007.- 227 с.

4. Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Портер; пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 715 с.

УДК 303.4:631.143

Васюник П.І., магістрант

Дубик В.М., магістрант

Національний університет «Львівська політехніка»

НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОГО СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Основним джерелом державної підтримки сільського господарства в Україні є податкові пільги зі сплати ПДВ, надані сільгосптоваровиробникам у 1998 році терміном на 20 років, які проявляються у спеціальному режимі оподаткування та фіксованому сільськогосподарському податкові. Згідно даних Міністерства аграрної політики і продовольства за останні 4 роки дана непряма підтримка досягла межі 70 млрд. дол.

Згідно угоди "Про Коаліцію депутатських фракцій "Європейська Україна" чинна система оподаткування сільськогосподарських товаровиробників, як це передбачено в Податковому кодексі збережено до 1 січня 2018 року. Також в угоді передбачається розроблення нової системи оподаткування, яка стимулюватиме розвиток сільськогосподарського виробництва [3].

Законом України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2016 році" №3688 спеціальний режим з ПДВ (надалі – спец. ПДВ) скасовується, а 2016 рік – перехідний період, де спец. ПДВ функціонуватиме в новому форматі.

У 2015 році найбільше "підірвало фінансове становище" аграріїв збільшення нормативної грошової оцінки землі та її індексація для цілей єдиного податку четвертої групи. Оскільки розмір податку фактично збільшився у 22 рази, для порівняння з поза минулими роками. Беручи до уваги те, що раніше для цілей оподаткування використовувалася нормативна грошова оцінка станом на 1995 рік. Оскільки, орендна плата за землю, відштовхується від нормативно грошової оцінки, розмір якої повинен бути не менше 3%, збільшується і вартість оренди.

Нормативна грошова оцінка станом на 1995 р. за 1 га ріллі (земельна ділянка розміщена поза межами населеного пункту в Хмельницькому регіоні) складала 4830 грн. та використовувалася для цілей сплати податку до 01.01.2015 року, і з 01.01.2015 року дана оцінка становить 33900,48 грн. За 716,264 га землі (середній земельний банк) сплачували фіксований сільськогосподарський податок в розмірі: у 2013 році – 1448,94 грн., 2014 році – 3941,90 грн. та у 2015 році – 109267,62 грн. [1].

Державна підтримка в Україні має пряму форму вираження, а саме: виробничі субсидії (доплати на голову, на тону, компенсація відсоткових ставок та витрат на с/г техніку тощо) та субсидії загального призначення (на інфраструктуру, освіту, санітарний та фітосанітарний контроль). В 2015 році сільське господарство отримало найменшу бюджетну підтримку за останні 10 років [2].

Обґрунтовані реформи та докорінні економічні зміни здатні підняти сільське господарство на рівень високопродуктивних галузей, які поряд з іншими будуть локомотивом економіки України. Якщо вміло виділити зони виробництва екологічно чистих продуктів харчування, налагодити переробку та розробити товарну упаковку, то вітчизняні продукти будуть конкурентоспроможними як на європейському так і на світовому ринках. А це можливо лише при налагодженій співпраці держави та сільськогосподарських товариств.

Від запропонованих змін передбачаються вигоди для зацікавлених груп а саме: держава одержить соціальні вигоди від збільшення робочих місць, сільськогосподарський товаровиробник одержить інвестиції для розвитку бізнесу на паритетних засадах з інвестором, інвестор одержить гарантії держави та можливість

примножити власні ресурси, місцеві органи влади матимуть джерела наповнення бюджету від підприємницької діяльності після закінчення дії програми уряду, споживач одержить якісні та дешеві продукти харчування.

Оскільки Україна проводить політику інтеграції в європейське співтовариство перш за все необхідно імплементувати норми, що стосуються сільського господарства. В державній підтримці найбільш важливими пріоритетами мають стати виділення субсидій, страхування врожаю, запровадження пільгового кредитування.

Література

1. Мартинів А. Оскал фіскала: з якими податками аграрії житимуть в 2016 році [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://agravery.com/uk/posts/show/oskal-fiskala-z-akimi-podatkami-agrarii-zitimut-v-2016-roci>.

2. Сільськогосподарський моніторинг [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: OECD (2014), Agricultural Policy Monitoring and Evaluation 2014: OECD Countries, OECD Publishing. DOI: 10.1787/agr_pol-2014-en.

3. Угода про Коаліцію депутатських фракцій «Європейська Україна [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/n0001001-15>.

УДК 338.27

Котляр С.В., студент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Складність сучасних ринкових відносин та посилення впливу зовнішніх дестабілізаційних факторів на діяльність підприємств, обумовлюють необхідність внесення істотних змін до системи управління їх господарською діяльністю. За таких умов на підприємствах на перший план виступають економічні критерії ефективності, які зумовлюють необхідність застосування адекватних інструментів в системі управління, важливим з яких є економічний аналіз. У зв'язку із динамічними змінами економіки на мікро- та макрорівнях не існує стандартів і методів управління, кожна конкретна ситуація потребує своїх методів розробки й прийняття управлінських рішень. Чим вищий ступінь аналітичної обґрунтованості управлінських рішень, тим менший ризик, нижча ціна можливих негативних наслідків від прийняття неякісних управлінських рішень. Об'єктивність управлінських рішень є прямим наслідком об'єктивності аналітичних висновків. Отже, для забезпечення цілеспрямованості й організованості системи управління економічний аналіз має сприяти тому, щоб вироблені управлінські рішення відповідали таким вимогам, як оптимальність, ефективність, своєчасність, об'єктивність, обґрунтованість, гнучкість, дієвість [1].

З огляду на потребу постійного вдосконалення управління на основі впровадження наукових досліджень, першочерговим стає досягнення відповідного рівня організації економічного аналізу як важливої функції управління. Проведення аналізу вимагає правильної організації аналітичної роботи, тобто упорядкування, налагодження координації та погодження її здійснення з метою попередження дублювання, внесення єдності в роботу окремих посадових осіб чи аналітичних органів. У сучасних економічних дослідженнях особливої актуальності і значущості набув вибір організаційної форми проведення економічного аналізу індивідуально для кожного підприємства [2].

Систематизація поглядів науковців щодо раціональної організації економічного аналізу на підприємствах свідчить, що така організація передбачає дотримання певної послідовності виконання аналітичної роботи. Найдоцільніше здійснювати її поетапно:

розробити план аналітичної роботи, визначити мету та об'єкти аналізу, відповідальних виконавців і терміни вирішення окремих питань; підготувати матеріали для аналізу, перевірити й аналітично обробити їх; виявити й вивчити фактори та причини відхилень фактичних показників від поставлених завдань, визначити вплив факторів на показники, виявити невикористанні резерви, оцінити й узагальнити господарську діяльність підприємства; результати проведеного аналізу оформити наказом по підприємству. Водночас економічний аналіз – не є простим інструментом чи сукупністю технічних прийомів, а виступає об'єктивно зумовленим порядком аналітичних процедур, що їх проводять стосовно даних, для отримання необхідної інформації. Цей порядок визначається термінами і факторами. Перші характеризують мету, об'єкти, методи, другі – взаємозв'язок між ними. Такий поділ потребує залучення математичного апарату. Сучасний економічний аналіз повністю змінює свою парадигму від оцінно-статистичного до пошуково-прогностичного з вибором оптимальних управлінських рішень у зоні невизначеності та ризику. Сама ж методика конкретних аналітичних досліджень має бути наближеною до господарських потреб підприємства, відповідати повсякденним запитам управління, бути надійним економічним інструментом управління підприємством. Отже, економічний аналіз, як основний чинник підвищення ефективності діяльності підприємства, сприяє досягненню його основної мети – одержання прибутку. В системі управління, економічний аналіз може розглядатися не тільки складовою інших функцій, але і самостійною функцією, від результатів якої залежить ефективність роботи підприємства та його підрозділів. Узагальнюючи досліджувану тематику слід дотримуватися визначальної і пріоритетної тези: “цінність і корисність економічного аналізу визначається 98 тільки тим, наскільки його результати з користю застосовуються в процесі прийняття управлінських рішень” [3].

Література

1. Мних Є. В. Економічний аналіз: [підручник] / Є. В. Мних. – [2-ге вид., перероб. та доповн.] – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 472 с.
2. Павленко А. Ф. Трансформація курсу «Економічний аналіз діяльності підприємств»: [науч. доклад.] / А. Ф. Павленко, Н. Г. Чумаченко. – К.: КНЕУ, 2001. – 88 с.
3. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз: навчальний посібник / Б.Є Грабовецький. – К.: «Центр учбової літератури», 2009 -256с.

УДК 658.1:338.3

Легкодух Л.А.

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкових відносин велике значення має управлінська діяльність суб'єктів господарювання, спрямова на передусім на побудову раціональної системи виробництва та реалізації продукції, що має забезпечувати постійне зростання прибутковості підприємств. Відповідно до цього менеджментом всіх рівнів ведуться активні дії щодо розробки нових та поліпшення існуючих механізмів управління прибутком, в тому числі і за рахунок реалізації систем якісного інформаційно-аналітичного забезпечення менеджменту.

Багато відомих вчених-економістів, та ких як М.Т.Білуха, І.А.Бланк, Ф.Ф.Бутинець, О.Д.Гудзинський, Й.С.Завадський, І.І.Каракоз, Г.Г.Кірейцев, Т.М.Ковальчук, І.Д.Лазаришина, В.Г.Лінник, А.О.Міцкевич, П.Т.Саблук, В.К.Савчук, В.В.Сопкотаїнші у своїх працях значну увагу приділяли висвітленню питань щодо формування т

використання прибутку підприємств. Однак залишаються недостатньо вивченими і потребують подальшої розробки теоретичні і методичні аспекти щодо ефективного управління результативністю аграрних виробників [3].

Прибуток – головна мета діяльності суб'єктів господарювання. Протягом багатьох сторіч не припиняються дискусії про його сутність і форму. Категорія прибутку і зараз продовжує отримувати нове наповнення та зміст. Це можна підтвердити тим, що окремі автори прибуток пов'язують з доходом, капіталом, відсотком тощо.

Проте для того щоб ґрунтовно дослідити поняття прибутку, необхідно зазначити, що різні користувачі оперують різними за своєю суттю його визначеннями.

Надзвичай наважливість прибутку для розвитку підприємства вимагає формування дієвого механізму управління ним. Управління прибутковістю представляє собою систему принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень щодо формування, розподілу і використання прибутку підприємством.

Ефективність управління прибутком залежить від дотримання наступних принципів:

- органічна інтеграція системи управління прибутком і загальної системи управління підприємством (будь-яке управлінське рішення прямо чи опосередковано впливає на прибуток підприємства);

- системність як основа формування управлінських рішень (тільки комплексна система дій забезпечує розробку взаємопов'язаних управлінських рішень – реалізацію першого принципу);

- гнучкість та динамізм розробки та прийняття управлінських рішень (при розробці відповідних рішень менеджмент повинен враховувати постійні швидкі зміни в зовнішньому середовищі, фінансовому стані підприємства тощо);

- значна варіабельність управлінських рішень щодо формування, розподілу і використання прибутку;

- орієнтованість менеджменту на визначений стратегічний вектор розвитку підприємства [3].

Необхідною умовою вдосконалення механізму формування та використання прибутку підприємства є розрахунок потреби прибутку. Економічне обґрунтування розрахунку потреби прибутку проводиться на основі детального планування окремих напрямків виростання коштів для досягнення стратегічних цілей діяльності підприємства, а також він повинен бути підкріплений реальними можливостями підприємства щодо отримання не обхідної суми прибутку.

Для вдосконалення формування прибутку підприємства та економічного обґрунтування його потреби пропонуємо здійснювати планування розподілу прибутку в такому упорядку:

1. визначення потреби у прибутку за напрямками його використання;
2. формування цільової структури розподілу прибутку;
3. визначення пріоритетності у використанні прибутку за окремими напрямками використання.

Важливим напрямом стратегічного планування діяльності є врахування усіх чинників та аспектів подальшого розвитку підприємства для повного і обґрунтованого визначення величини прибутку та забезпечення певного рівня прибутковості [2].

Розподіл прибутку є процесом формування напрямів її майбутнього використання відповідно до цілей і задач розвитку підприємства.

Характер розподілу прибутку визначає багато істотних аспектів діяльності підприємства, роблячи вплив на її результативність. Цей вплив виявляється в різних формах зворотного зв'язку розподілу прибутку з її формуванням в майбутньому періоді. Розподіл прибутку здійснюється відповідно до спеціально розробленої політики (її

основу складає дивідендна політика), формування якої є однією з найскладніших задач загальної політики управління прибутком підприємства [1].

Під час розподілу прибутку необхідно встановити обґрунтовані пріоритети розподілу з врахуванням обмеженості ресурсів та визначити конкретні цілі для досягнення яких будуть мобілізуватися ресурси підприємства. Стратегічними завданнями підприємства з врахуванням яких необхідно проводити розподіл прибутку, є:

- 1) забезпечення ефективності діяльності ключових напрямків діяльності;
- 2) забезпечення додаткового розвитку і отримання максимальної вартості підприємства;
- 3) забезпечення стабільної прибутковості діяльності;
- 4) створення нових і розвиток існуючих напрямків діяльності для забезпечення подальшого розвитку;
- 5) виконання реальних можливостей і концентрації потужностей, з метою створення потенціалу розвитку;
- 6) розвиток підприємства шляхом ефективного використання капіталу;
- 7) створення реальних гарантій для подальшого розвитку;
- 8) створення стійкого потенціалу розвитку за різних сценаріїв змін [2].

З метою підвищення результативності діяльності підприємства та його стратегічного розвитку у перспективі, виникає потреба у розробці стратегії управління підприємством спрямованої на вдосконалення механізму формування та використання прибутку. Для максимізації прибутку підприємства необхідно, насамперед, виконати комплекс завдань щодо забезпечення зростання обсягів діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління підприємства. Розподіл прибутку підприємства необхідно здійснювати відповідно до спеціально розробленої політики, формування якої є складною економічною задачею. Ця політика повинна відображати основні вимоги загальної стратегії розвитку підприємства, забезпечувати підвищення його ринкової ціни, формувати необхідні обсяги інвестиційних ресурсів, забезпечувати матеріальні інтереси власників та працівників. При цьому у процесі формування політики розподілу прибутку необхідно враховувати дві протилежні мотивації власників підприємства – отримання високих поточних доходів або значне збільшення їх розмірів у перспективному періоді.

Література

1. Бражко О. Формування прибутку як передумова ефективного функціонування підприємств у ринкових умовах / О. Бражко // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. - №7. – С.33-36.
2. Вужинська О. Вдосконалення формування та використання прибутку підприємства / О. Вужинська // Львівська КА.
3. Костенко О. Доформування механізму управління прибутковістю сільськогосподарського підприємства / О. Костенко // Агросвіт. – 2009. - №6. – С.25-27.
4. Мачулка О. Особливості формування обліково-інформаційного забезпечення щодо використання прибутку державними підприємствами / О. Мачулка // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. - №4. – С.25-30.

УДК 338.26:658.15

Ляцунов Р.В., студент

*Східноєвропейський університет економіки і менеджменту***ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ БЮДЖЕТУВАННЯ
НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В сучасних умовах господарювання конкурентоспроможність підприємства може бути забезпечена ефективним управлінням його фінансовими потоками. Це вимагає від менеджерів оволодіння методологією фінансового управління, спрямованого на забезпечення стійкого розвитку підприємства з урахуванням його фінансових можливостей та змін зовнішнього і внутрішнього середовища. У зв'язку з цим, проблема використання фінансового планування як механізму управління фінансами підприємства є досить актуальною.

В системі фінансового планування особливе місце займає система бюджетування підприємства. Використання бюджетування свідчить про високий рівень розвитку управління на підприємстві та відповідності системи менеджменту сучасним вимогам та умовам функціонування. Бюджетування – це важливий інструмент внутрішньогосподарського планування та контролю, який здатний забезпечити підвищення ефективності управління фінансами підприємства, попереджаючи про нерациональне використання фінансових ресурсів як на стадії планування, так і на стадії контролю за їх використанням.

Бюджет – це план підприємства на певний період часу, виражений у кількісних, переважно, фінансових показниках.

Бюджетування – це процес підготовки бюджету і здійснення контролю за його виконанням [1, с. 16]

Бюджет виконує різні функції внутрішньогосподарського планування:

- бюджет як економічний прогноз - при розробці стратегічного планування процес формулювання бюджету є «переробкою» прогнозів розвитку підприємства;

- бюджет як основа для контролю – під час реалізації закладених у бюджеті планів проводиться ресертація фактичних результатів діяльності підприємства, що дозволяє здійснювати бюджетний контроль;

- бюджет як засіб координації – являє собою виражений у вартісних показниках план в галузі виробництва, закупівель сировини або товарів, реалізації продукції, інвестиційної діяльності тощо.

- бюджет як основа для постановки задачі – складання бюджету на наступний період, необхідно приймати рішення завчасно, до початку діяльності в цей період [2, 37-38].

Бюджет підприємства являє собою систему взаємопов'язаних бюджетів і в структурованій формі описує очікування менеджерів щодо продажів, витрат та інших господарських операцій в планованому періоді. Він включає два основних блоки: систему операційних бюджетів (планові кошториси основних бізнес-процесів) і систему фінансових бюджетів (рис. 1).

Для забезпечення ефективного бюджетного управління, необхідно щоб бюджетний план відповідав таким вимогам:

1. Гнучкість плану (бюджети, механізм коригувань).
2. Повнота планування (сценарії).
3. Підтримка з боку вищого керівництва.
4. Комплексність планування (підшивки бюджетів).
5. Відповідальність за розробку і виконання планів.
6. Пріоритет поточних рішень перед планом (аналіз План-Факт).
7. Точність, ясність, лаконічність формулювання плану.

8. Участь виконавців у розробці плану (кілька користувачів, розмежування прав) [2,38].

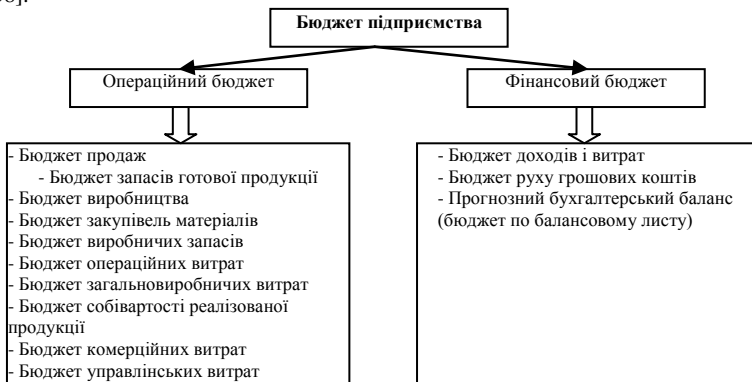


Рис. 1 Структура бюджету підприємства*

*Складено автором з використанням[2, 3]

Бюджетування дає можливість узгодити дії та інтереси різних підрозділів підприємства, спонукає менеджерів кількісно обґрунтувати плани діяльності їхніх підрозділів і дає змогу проаналізувати витрати, пов'язані з їх виконанням, а також, оцінити ефективність і результативність діяльності керівників та їхній внесок у досягнення кількісних показників економічного розвитку підприємства.

Організація бюджетування на багатьох підприємствах пов'язана зі значними складностями, зумовленими, з одного боку, відсутністю відповідної системи інформаційного забезпечення та невмінням працівників різних структурних підрозділів підготувати відповідні дані для їх використання в процесі планування, а з іншого – нерозумінням керівництва переваг бюджетування.

Необхідною передумовою успішного бюджетування на підприємстві є ефективно діюча система обліку, звітності та збору інформації. Для побудови основних бюджетів на підприємствах необхідно за центрами відповідальності сформувати відповідну систему інформаційного забезпечення.

Для розроблення ефективних бюджетних планів підприємства використовують різні інструменти, починаючи від звичайного Excel та закінчуючи програмним продуктом Microsoft Axapta вартістю близько 1 млн дол. Крім того, в міжнародній практиці, застосовуються такі програмні комплекси, як Hiperion Pillar (розробник Hiperion), Adaytume. Planning (розробник Adaytume), Comshare MPC(розробник Comshare), Corporate Planner (розробник Corporate Planning), Active Planner (розробник EpicorSoftware), OracleFinancialAnalyser(розробник Oracle), Syte Line Budgeting, НЕФРИТ (розробник Центрінвестсофт), ІНЕК/Бюджетування (розробник ІНЕК), програмні продукти компанії Інталев-Україна та інші [3, 43].

Для вітчизняних підприємств характерною є проблема відсутності кваліфікованих управлінців, які використовують систему бюджетування та ефективно впроваджують її в діяльності підприємства.

Враховуючи позитивні риси процесу бюджетування та необхідність його використання в сучасній ринковій економіці, можна виділити такі шляхи удосконалення системи бюджетування на підприємстві:

- усвідомлення керівниками підприємств необхідності бюджетування та пошуку

нових підходів оптимізації існуючої системи управління підприємством;

- розширення системи інформаційного забезпечення для розроблення бюджетних планів та перехід до повної автоматизації даного процесу.

Таким чином, бюджетування допомагає скоординувати всі сторони діяльності підприємства та зусилля усіх підрозділів на досягнення кінцевого результату, що забезпечить підвищення ефективності та фінансової стійкості господарюючого суб'єкта. При цьому, система управління повинна вдосконалюватися з урахуванням міжнародного досвіду, новітніх теоретичних і практичних досягнень у сфері менеджменту.

Література

1. Основи бюджетування: навч. посіб. / [Л.П. Батенко, Т.О. Зінкевич, О.О. Кизенко та ін.]; за заг. ред. Л.П. Батенко. – К.: КНЕУ, 2010. – 202 с.
2. Федорченко О.Є. Удосконалення системи бюджетування на підприємстві / О.Є. Федорченко // Економіка та держава. – 2015. - № 11. – С. 37-39.
3. Ілляшенко Т.О. Бюджетування як напрямок удосконалення системи управління діяльністю підприємств / Т.О. Ілляшенко, К.В. Ілляшенко, М.В. Скобенко // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2012. - № 3. – С. 36-44.

УДК 658.012 : 338.24

Мазуренко Д.О., студент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ ПІДПРИЄМСТВА

Роль управлінських інновацій полягає у підвищенні ефективності виробництва з точки зору трьох різних аспектів:

- умов реалізації технічних (технологічних) нововведень;
- впливу на темп матеріалізації технічного прогресу;
- впливу на темп розповсюдження нововведень.

Управлінські інновації розкривають нові форми й методи планування, організування, регламентування праці та виробництва, а також у сферах ціноутворення, мотивації й оцінки результатів діяльності. Підставою для впровадження управлінських інновацій є зміна завдань, які розв'язує підприємство, що викликано об'єктивними причинами, які відбуваються в зовнішньому середовищі [1]. Але, на відміну від інновацій інших типів, управлінські інновації здійснюють опосередкований вплив на ефективність діяльності підприємств.

Дослідники Лондонської школи бізнесу Дж. Біркіншоу та М. Мол [2] визначили генезис найважливіших управлінських новацій ХХ століття. В основі вибору управлінських інновацій лежали такі критерії:

- абсолютна новизна;
- відповідність сучасним умовам ведення бізнесу;
- використання інновацій сучасними підприємствами;
- отримання конкурентної переваги (преваг) першими підприємствами, що її використовували.

На основі цих критеріїв було сформовано 12 найбільш значних управлінських інновацій ХХ століття, до яких віднесено:

1. Наукові методи управління.
2. Системи обліку собівартості та відхилень.
3. Комерційні дослідницькі лабораторії.
4. Аналіз рентабельності та бюджетування капіталовкладень.
5. Бренд-менеджмент.

6. Проектний менеджмент.
7. Дивізійна структура управління.
8. Підготовка керівників.
9. Галузеві консорціуми.
10. Децентралізація (самоорганізація) управління.
11. Стратегічний аналіз.
12. Рішення проблем за ініціативою співробітників.

На сьогодні широко застосовуються такі інноваційні управлінські концепції:

1. Модель безперервного процесу вдосконалення (KAIZEN), яка включає такі компоненти, як обґрунтування методів та інструментів переорієнтації управлінської діяльності, орієнтацію на бездефектне управління й детальне узгодження всього процесу управління.

2. Концепція радикального вдосконалення процесів (КАЙРІО) – об'єднує такі підходи, як бенчмаркінг (дійвий інструмент для визначення становища компанії порівняно з іншими), реінжиніринг, цілеспрямовані радикальні інноваційні проекти та системні інноваційні процеси.

3. Концепція загального менеджменту якості (TQM) - спрямована на реалізацію інноваційних змін у системі управління, в основу якої покладене підвищення результативності й ефективності управлінських процесів [3].

Розроблено і більш нові та доволі перспективні нововведення – управління знаннями, створення програм з відкритим кодом, внутрішні ринки тощо.

Література

1. Прокопишин Л. П. Управлінські інновації та особливості їх використання на машинобудівних підприємствах в сучасних умовах // Вісник Національного університету «Львівська політехніка», - 2008. - №628. - С. 628-633.

2. Birkinshaw, J., Mol, M. (2006). How Management Innovation Happens. MIT Sloan Management Review, July 1 //sloanreviewmit.edu.

3. Менеджмент качества: разрушая стереотипы // www.management.com.ua.

УДК 339.137.22

Макаренко А.І., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних ринкових умовах господарювання конкурентоспроможність підприємства є важливим фактором отримання високого і стабільного прибутку. Вона визначає життєздатність підприємства та результати його виробничо-збутової діяльності.

Виходячи з актуальності проблеми підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю підприємств, важливим чинником ефективного розвитку промислових підприємств є удосконалення організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності своєї продукції.

Конкурентоспроможність - це можливість підприємства забезпечувати ефективну діяльність, підтримувати сталий розвиток та стійкі позиції на ринку через гнучке пристосування до змін зовнішнього середовища.

Конкурентоспроможність виробництва характеризується сукупністю показників функціонування галузей і діяльності виробничих структур, що визначають їхній стабільний розвиток та успіх у конкурентній боротьбі на внутрішньому та зовнішньому ринках і оцінюється рівнем конкурентоспроможності окремих його підприємств і їхньої

продукції.

Конкурентоспроможність підприємства – це комплексна порівняльна характеристика, що відображає ступінь переваги сукупності показників оцінки діяльності підприємства, які визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників підприємств-конкурентів [1].

Конкурентоспроможність продукції – це порівняльна характеристика, яка визначає відмінність аналізованої продукції від аналогів конкурента і містить комплексне оцінювання сукупності її властивостей щодо виявлених вимог ринку чи якостей іншого товару.

Об'єктом аналізу конкурентних переваг підприємства є внутрішні чинники, які об'єднують такі елементів:

1) конкурентоспроможність продукції (якість, ціна, рівень споживчої переваги та задоволення);

2) конкурентоспроможність ресурсного потенціалу (рівень техніко-технологічного оснащення, виробничо-сировинна структура, кадрове забезпечення та фінансово-інноваційні можливості);

3) конкурентоспроможність організаційного потенціалу та системи менеджменту (форма господарювання і власності, організаційна структура, структура управління та функції, механізми управління, гнучкість та оперативність менеджменту);

4) конкурентоспроможність інформаційно-маркетингових та комунікаційних зв'язків (система внутрішньої і зовнішньої інформації з постачальниками, споживачами, інвесторами, потенційними клієнтами) [2].

Конкурентоспроможність підприємства – це інтегральний показник, який формується через ефективне використання виробничого, науково-технічного, трудового, інформаційного, маркетингового та фінансового потенціалів підприємства[3]. При проведенні її оцінки необхідно враховувати як внутрішній потенціал підприємства, так і його ринкові можливості.

Механізм конкурентоспроможності – поняття синтетичне, його складовими є безліч груп факторів, що впливають на стан і розвиток виробничої системи.

Механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства – це система досягнення його конкурентоспроможності, яка уособлює в собі комплекс інструментів як засобів реалізації методів та функцій управління, що формують важелі впливу на процеси в середині підприємства та індикатори, які дають змогу оцінити цей вплив для досягнення ним поставленої мети.

На сучасному етапі розроблено велику кількість методик для оцінки конкурентоспроможності підприємства. У загальному вигляді процес оцінки конкурентоспроможності підприємства складається з наступних етапів:

1. Визначення мети оцінки конкурентоспроможності (обґрунтування претензій на зовнішні інвестиційні ресурси, виявлення резервів економічного зростання, інші цілі поточного управління).

2. Визначення місії, цілей, задач досліджуваного підприємства, аналіз його сильних і слабких сторін, можливостей і загроз. При цьому найбільш ефективною є методика SWOT-аналізу. Цей аналіз дозволяє сформулювати конкретний перелік слабких і сильних сторін організації, а також загроз і можливостей, і на основі їх оцінки висунути пропозиції щодо покращення стратегічної ситуації на підприємстві. Результати узагальнюються за допомогою матриці SWOT-аналізу.

3. Вибір групи підприємств-конкурентів з урахуванням можливостей отримання необхідної первинної інформації для цілей оцінки конкурентоспроможності.

4. Визначення груп ключових показників конкурентоспроможності, які підлягають

оцінюванню. Групування доцільно здійснювати за складовими потенціалу підприємства, а саме: показники маркетингового потенціалу, виробничого, фінансового, інноваційного, кадрового, організаційної структури управління та ін. Крім того, в основу аналізу має бути покладена оцінка конкурентоспроможності підприємства за якістю його продукції та цінова конкурентоспроможність[4].

Конкурентоспроможність підприємства визначається за допомогою таких показників:

- показники, які характеризують економічні параметри, – собівартість, ціну виробу та споживання, умови платежу та поставок, строки та умови гарантії тощо;

- показники, які характеризують стан та використання живої праці, основних виробничих фондів, матеріальних затрат, обігових коштів, а також фінансовий стан підприємства.

При оцінюванні конкурентоспроможності предметом уваги стає номенклатура продукції, що випускається, та її конкурентоспроможність.

В сучасній практиці господарювання підприємств відсутні загальноприйняті організаційно-економічні механізми управління конкурентоспроможністю підприємств. Конкурентоспроможність суб'єктів підприємницької діяльності залежить від їх здатності та спроможності створювати, підтримувати та розвивати власні конкурентні переваги, які знаходять прояв у конкурентному середовищі та дають змогу одержати перевагу над суперниками в своїй галузі.

Література

1. Ревенко Н. Управління процесом формування конкурентоспроможності продукції підприємства / Н. Ревенко, І Малихіна // Вісник ТНЕУ. – 2013. - №2. - С. 62-70.

2. Дудяк Р.П. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності підприємств у формуванні їх збутової політики / Дудяк Р.П., Бугіль С.Я., Дудяк О.Р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/2756/1/37.pdf>

3. Бондаренко Л.Я. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності машинобудівного підприємства з виробництва автомобільної техніки / Л.А. Бондаренко Л.А. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13843/1/17_109-114_Vis_720_Menegment.pdf

4. Шарко В.В. Механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства швейної промисловості / В.В. Шарко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. - № 3. - Т. 3. – С. 153-160.

УДК 65.012.8:33:061.5

Новікова А.І., студентка

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

КЛАСИФІКАЦІЯ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА ПРИБУТКОВІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стабільність економічного стану торговельного підприємства забезпечується за допомогою контролю за виконанням управлінських рішень. Цей внутрішній аналітичний контроль базується на побудові моделі моніторингу поточного економічного стану підприємства, яка представляє собою механізм здійснення постійного спостереження за найважливішими економічними показниками підприємства в умовах постійно мінливої ринкової кон'юнктури.

Одним з етапів побудови моделі моніторингу стану системи управління прибутком торговельного підприємства є аналіз чинників впливу на прибутковість діяльності підприємства.

Питанню виявлення впливу різних чинників на прибутковість діяльності торгового

підприємства у вітчизняній економічній літературі приділялася досить велика увага. Особлива заслуга у розробці проблем прибутковості торгового підприємства та виявленні чинників, що на неї впливають, належить, на нашу думку, М.І. Баканову і Л.І. Кравченко, які неодноразово вказували на необхідність використання системного підходу. Зокрема, вони вказували на необхідність побудови системи прибутковості та системи чинників, що на неї впливають. Проте вищезазвані автори обмежили сферу своїх інтересів тільки кількісно вимірними чинниками, силу впливу яких можна виміряти математичним шляхом. На погляд автора, таке обмеження є досить істотним недоліком, так як створення ефективної системи управління прибутком і прибутковістю неможливе без урахування всієї гами чинників, недостатньо вивчити вплив окремих чинників у відриві від середовища. Необхідна система причинно-наслідкових зв'язків чинників між собою і з системою управління у цілому. Тому завдання класифікації чинників полягає у тому, щоб побудувати цю систему на основі правильного вибору ознак групування.

В економічній літературі існують різні підходи до класифікації сукупності чинників, які впливають на той чи інший економічний процес, при цьому класифікація здійснюється за різними ознаками.

У першу чергу, на наш погляд, для правильної оцінки економічної стійкості торговельного підприємства доцільно поділити чинники впливу на зовнішні і внутрішні.

Принципово важливим, з точки зору управління прибутковістю підприємства, є поділ чинників на ті, що піддаються і не піддаються контролю з боку менеджменту підприємства, тобто залежні і незалежні від його діяльності. До незалежних чинників традиційно відносять: зміну цін на товари, тарифів і ставок на послуги, інфляційні процеси, податкову політику держави та інші.

До чинників, що залежать від діяльності торговельного підприємства і безпосередньо впливають на його прибутковість, прийнято відносити: раціональність використання капіталу, зростання обсягу товарообороту і зміну його структури, форми обслуговування, що застосовуються на підприємстві, продуктивність праці торгового персоналу, дотримання кредитної та фінансової дисципліни та інші.

Умовним є і поділ чинників на основні і не основні. У кожному конкретному випадку на прибутковість торговельної діяльності підприємства впливає сума різних чинників, і тому визначення основних у даному контексті є відносним. Такий підхід приречений на суб'єктивізм. Тим більше помилковою є думка, що основними є ті чинники, вплив яких можна виміряти кількісно. З зарубіжної теорії та практики на сторінки вітчизняних підручників з проблем управління підприємством увійшов поділ чинників впливу на контрольовані і неконтрольовані, керовані і некеровані з позицій менеджменту підприємства. Цей поділ близький до прийнятого у вітчизняній економічній літературі поділу чинників на залежні і незалежні і з деякими припущеннями його може бути визнано ідентичним.

Наступною класифікаційною ознакою, на мій погляд, доцільно вважати поділ чинників за ступенем об'єктивності: на об'єктивні і суб'єктивні. На цьому варто зупинитися докладніше, оскільки в економічній літературі існує певна плутанина. Більшість авторів дотримуються тієї думки, що поділ чинників на залежні і незалежні ідентичний поділу на суб'єктивні та об'єктивні. На наш погляд, в критерій об'єктивності повинен бути закладений інший зміст. А саме, суб'єктивний чинник повинен бути природно пов'язаний із суб'єктом управління, тобто менеджментом підприємства. Таким чином, прибутковість багато у чому визначається рівнем кваліфікації управлінського персоналу підприємства. Усі інші по відношенню до цього чинника можна вважати об'єктивними, породженими у тій чи іншій мірі навколишнім соціально-

економічним середовищем.

За формою вираження чинники можуть бути розділені на кількісні та якісні, тобто ті, які піддаються і не піддаються кількісному вимірюванню. Так, практично не піддаються кількісному вираженню соціальні чинники.

За впливом на стійкість економічного стану підприємства чинники впливу можуть бути розділені відповідно на стабілізуючі і дестабілізуючі. Слід враховувати, що один і той же чинник у різних умовах може надати різноспрямований вплив. Але в цілому чинники надають цілком однорідний вплив.

З позицій управління прибутковістю торговельної діяльності підприємства найбільший інтерес, безсумнівно, представляє розподіл чинників за ознакою керованості. Так, до чинників, які некеровані з позицій менеджменту підприємства, доцільно, на наш погляд, віднести наступні: стабільність економічної політики держави; наявність правового забезпечення підприємницької діяльності; наявність стійкого зростання платоспроможного попиту населення; зовнішнє оточення; інфляційні процеси; стабільність політичної ситуації у країні.

Чинники ж, що впливають на прибутковість торговельної діяльності підприємства і піддаються контролю з боку його менеджменту, можна об'єднати у такі групи: матеріально-технічні; економічні; організаційні; соціальні.

На основі врахування перерахованих вище класифікаційних ознак мною розроблена узагальнююча система чинників впливу, яка може бути покладена в основу управління прибутковістю торговельного підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Узагальнююча система чинників впливу на прибутковість торговельного підприємства

Ефективне управління прибутком забезпечується за допомогою здійснення зворотного зв'язку та контролю за виконанням управлінських рішень. Цей внутрішній аналітичний контроль повинен базуватися на уніфікації процедури аналізу і побудові моделі моніторингу системи управління прибутком, яка являє собою механізм здійснення постійного спостереження за показниками підприємства в умовах постійно мінливої ринкової кон'юнктури.

Література

1. Бабо А. Прибыль / Бабо А. ; [пер. С франц. Е. П. Островской]. – [4-е изд., испр.]. – М.: Издат. Группа «Прогресс»: «Универс», 1993. – 175 с.
2. Балабанова Л.В. Управление реализацией стратегий предприятия: маркетинговый подход: монография / Л.В. Балабанова, И. С. Фоломкина. – Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2009. – 402 с.
3. Блонська В.І. Вдосконалення системи управління розподілом та використанням

прибутку підприємства / В.І. Блонська, П.П. Адамович // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.7. – С. 92-104.

4. Гончар О.І. Формування ланцюжка вартості підприємств роздрібної торгівлі як основи управління конкурентоспроможністю / О.І. Гончар // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 10 (113). – С. 170-175.

5. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність: монографія / А. А. Мазаракі, Д. М. Пшешлінський, І. В. Смолін. – К : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 384 с.

6. Мізюк Б.М. Економічний потенціал торговельного підприємства: структура, оптимізація, стратегічне управління / Б.М. Мізюк, О.О. Ільчук, С.Т. Дуда. – Львів : Вид-во Львівської КА, 2011. – 260 с.

7. Міценко Н. Г. Ефективність і результативність діяльності торговельного підприємства: оцінка та планування / Н. Г. Міценко, І. П. Мішук // Науковий вісник : зб. наук.-техн. праць. – Львів: НЛТУУ, 2012. – Вип. 22.8. – С. 260-269.

8. Омелянович Л. О. Діяльність торговельного підприємства в умовах трансформації податкового середовища : монографія / Л. О. Омелянович, Є. С. Гордієнко. – Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2011. – 252 с.

УДК 005.551:631.11

Петровська Ж.В., студентка

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

В нестабільних умовах господарювання, сільськогосподарські підприємства зіштовхуються з проблемою формування ефективної структури управління, яка швидко реагувала б на зміни як на зовнішньому, так і внутрішньому ринках збуту продукції. Проблема оптимізації організаційної структури в умовах конкуренції виступає важливим напрямом стійкого розвитку, що дозволяє адекватно та своєчасно реагувати на зміни в господарській ситуації та можливість підтримки в динаміці відповідності між внутрішнім економічним потенціалом підприємства та зовнішнім середовищем.

Організаційна структура підприємства проектується і створюється на основі теорії і практики управління проектом. Відповідно до основних положень цієї теорії, всі можливі організаційні структури, засновані на вертикальному (функціонально – адміністративному) і горизонтальному (проектно-цільовому) поділі праці [1].

Під «вертикальним» поділом праці розуміється не традиційний розгляд організації за рівнями ієрархії, а участь в різних вертикальних процесах управління та управлінських функціях. Під «горизонтальним» поділом праці розуміється структура діяльності співробітників організації залежно від їх участі в горизонтальних технологічних процесах виконання робіт [1].

Основні ознаки оптимальної організаційної структури підприємства [2]:

- керованість, тобто здатність швидко і чітко реагувати на прямі директиви зверху;
- адаптивність, тобто своєчасність реакції підприємства на зміну; зовнішніх умов, здатність коригувати стратегію і тактику зміни зовнішніх та внутрішніх умов;
- спеціалізація - розподіл праці за функціями-операціями;
- кооперація - виконання максимального кола робіт по виготовленню продукту в одному структурному підрозділі;
- мінімальний розмір структурних підрозділів;
- мінімальна кількість рівнів управління;
- висока продуктивність праці і низькі прямі витрати;

- недопускання дублювання функцій працівників;
- висока якість послуг і сталість зв'язку зі споживачем послуг.

Для сільськогосподарських підприємств притаманною є лінійна організаційна структура рис. 1.

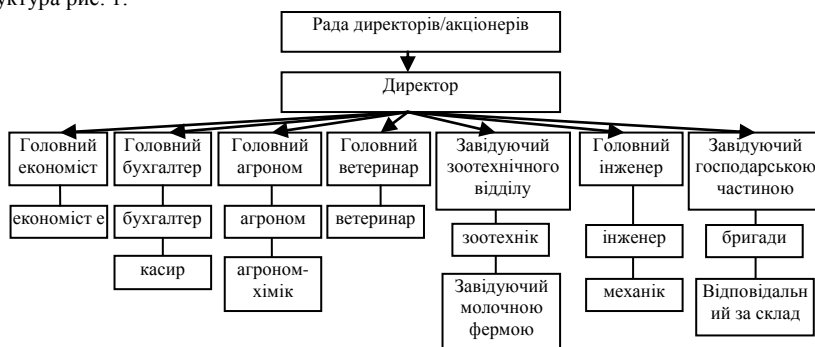


Рис. 1. Лінійна організаційна структура сільськогосподарських підприємств

Переваги лінійної організаційної структури:

- чітка система взаємних зв'язків функцій та підрозділів;
- чітка система підпорядкованості;
- чітко виражена відповідальність;
- швидка реакція виконавчих підрозділів на прямі вказівки вищого керівництва
- простота організаційних форм і чіткість взаємозв'язків.

Недоліки:

- відсутність підрозділу, який займається стратегічним плануванням;
- перевантаження керівників верхнього рівня;
- час керівників витрачається на операційні завдання
- зволікання та перекладання відповідальності виконавців
- мала гнучкість організації.

Організаційна структура включає засоби розподілу різних видів діяльності між складовими структури та координації діяльності цих складових, що використовуються для досягнення цілей. В межах організаційної структури відбуваються усі управлінські процеси і функції, що забезпечують випуск продукції, в яких приймають участь менеджери всіх рівнів, категорій і професійної спеціалізації, та робітники. Таким чином, організаційна структура підприємства (економічної структури) складається з організаційної структури управління (суб'єкта управління) та господарської структури (об'єкта управління).

Використання в управлінні схем організаційної структури дозволяє зрозуміти структуру процесів, відповідальності та звітності. Ці схеми застосовуються для вирішення низки завдань: визначення ролей і обов'язків всього персоналу в межах організації; встановлення ієрархічної структури повноважень, влади і процесу прийняття рішень; формування комунікаційних каналів і потоків інформації, включаючи правила підпорядкування і методи регулювання, що відносяться до методик звітності; формування механізму контролю з визначенням ступеню централізації та масштабу контролю; визначення функцій і управлінських завдань.

Організаційна структура є базисом оптимізації функціонування підприємства та використання його виробничо-технологічного потенціалу. На основі виробничої та

організаційної структур будується структура управління підприємством, де виробнича й організаційна структури виступають об'єктами управління.

Враховуючи, необхідність побудови ефективної структури управління, пропонуємо такі напрямки вдосконалення організаційної структури сільськогосподарських підприємств:

- створити центри відповідальності, які сприятимуть активізації внутрішніх чинників ефективності діяльності підрозділів за рахунок посилення відповідальності суб'єктів управління за результати власних рішень і вдосконалюватимуть управління їх витратами та доходами;

- залучати зовнішніх фахівців (менеджерів, маркетологів) до формування структури управління підприємством.

Оптимізація організаційної структури підприємства забезпечує покращення фінансового стану підприємства та умов його господарювання і в повній мірі повинна відповідати стратегії розвитку підприємства.

Література

1. Козик В. В. Організаційна структура промислового підприємства, орієнтованого на стійкий розвиток. / В. В. Козик. // Економіка. – 2013. – С. 190–194.
2. Жемчугов А. М., Жемчугов М. К. Организационная структура и стратегия предприятия / А. М. Жемчугов, М. К. Жемчугов // Проблемы экономики и менеджмента. – 2011. - №2. – С. 5-21.
3. Толстих А.С. Передумови адаптації організаційної структури сільськогосподарського підприємства відповідно до обраної стратегії розвитку / А.С. Толстих // Ефективна економіка. – 2015. - № 4.

УДК 658.5:338.3

Терещенко О.В., студент

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку ринкового середовища, економічна доцільність функціонування будь-якого підприємства та результативність його фінансової діяльності оцінюється станом формування і використання прибутку.

Прибуток – економічна категорія, що відображає фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва, обсяг і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці. Питання максимізації прибутку є дуже важливим в господарській діяльності підприємства. Оскільки, величина прибутку впливає на формування фінансових ресурсів підприємства, збільшення його ринкової вартості та ефективність виробничої діяльності.

Для підвищення ефективності діяльності на підприємстві повинна бути реалізована функція управління прибутком. Механізм управління прибутком досить складний і включає безліч напрямків, а саме: ринковий механізм регулювання формування й використання прибутку, державне нормативно-правове регулювання питань формування й розподілу прибутку, внутрішній механізм регулювання окремих аспектів формування, розподілу й використання прибутку, систему конкретних методів і прийомів здійснення управління прибутком [1].

Механізм управління прибутком представляє собою процес розроблення і прийняття управлінських рішень по всіх основних аспектах його формування, розподілу та використання на підприємстві [2]. Головною метою управління прибутком є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що

спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості. Саме тому, система управління прибутку дає змогу вирішувати такі завдання як забезпечення максимізації розміру прибутку, забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку і рівнем ризику, забезпечення постійного зростання ринкової вартості підприємства, забезпечення ефективності програм участі персоналу щодо прибутку тощо. В процесі діяльності підприємство використовує політику максимізації прибутку, що охоплює управління формуванням та розподілом прибутку.

Отриманий підприємством прибуток використовується для задоволення різноманітних потреб. По-перше, він спрямовується на формування фінансових ресурсів держави, фінансування бюджетних видатків. По-друге, прибуток є джерелом формування фінансових ресурсів самих підприємств і використовується ними для забезпечення господарської діяльності. Розподіл прибутку здійснюється відповідно до поточної і стратегічної політики підприємства. Чистий прибуток залишається у повному розпорядженні підприємства, в межах якого визначаються напрями його подальшого використання.

Для діючого управління прибутком підприємства необхідно комплексне й системне використання сукупності методів, що дозволить направити методичний апарат управління прибутком саме на ті аспекти управління, які є найбільш важливими для підприємства як сьогодні, так і в стратегічному плані. Використання методів управління прибутком підприємства в такому аспекті має потребу в розробці комплексного інструмента управління прибутком [3].

До основних напрямів управління прибутком підприємства можна віднести:

- планування прибутку;
- управління витратами;
- управління безбитковістю;
- дивідендна політика підприємства;
- управління розподілом прибутку;
- оптимізація оподаткування прибутку[1].

При формуванні механізму управління прибутком підприємств необхідно визначитися з типом стратегічної орієнтації прибутку, оскільки планування прибутку на короткострокову перспективу і безпосереднє його використання залежить саме від обраної стратегії.

Вирізняють такі стратегічні типи орієнтації підприємств на прибуток: «задовільний прибуток», мінімізація прибутку (стабільний прибуток) і максимізація прибутку.

Серед особливостей процесу управління прибутком підприємств в умовах ринкових відносин виокремлюють наступні:

- удосконалення планування розподілу фінансових ресурсів підприємств;
- підвищення вимог до організації управління матеріальними ресурсами підприємств;
- посилення ролі функції регулювання у формуванні кредитної політики підприємств;
- проведення ефективного контролю фінансових результатів підприємств.

До основних напрямків розвитку механізму управління прибутком підприємства належать такі: оптимізація зовнішніх і внутрішніх, вхідних і вихідних; вдосконалення методів оцінки і планування обсягу прибутку на поточний і перспективний періоди; встановлення обґрунтованих пропорцій між частками прибутку, що спрямовуються на споживання та накопичення; виваженість дивідендної політики; вдосконалення системи страхування фінансових ризиків; якісний фінансовий контроль за виконанням завдань

щодо використання та розподілу прибутку; раціональне використання нерозподіленого прибутку тощо[4].

Для визначення рівня ефективності механізму управління прибутком підприємства використовують такі показники, як підвищення зростання прибутку та рентабельності активів; зростання показників фінансової стійкості, ліквідності і платоспроможності підприємств; зростання ділової активності підприємств.

Таким чином, комплексний підхід управління прибутком сприяє підвищенню ефективності виробництва і стимулює його розвиток. Все це неможливе без ефективної виробничої, маркетингової та фінансової діяльності підприємства.

Література

1. Тельнова Г. В. Управління прибутком у системі фінансового менеджменту підприємства / Г.В. Тельнова // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2012. - № 1 (26). – С. 243-248.
2. Березіна О.В. Економіка підприємства / О.В. Березіна, Л.М.Березіна, Н.В. Бутенко – К. : «Знання», 2009. – 350 с.
3. Отпущеннікова О. М. Формування механізму управління прибутком підприємства : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.06.01 / О. М. Отпущеннікова. – Луганськ, 2005. – 22 с.
4. Кобець А.О. Формування механізму управління прибутком підприємств в умовах ринкової економіки: автореф. на здоб. наук. ступ. к-та економ. наук / А.О. Кобець – ДНУ. – Донецьк. – 2008. – 21 с.

УДК 338.984

Ткаченко М.В., студент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА Й РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Основним завданням промислових підприємств є найбільш повне забезпечення попиту населення високоякісною продукцією. Темпи зростання обсягу виробленої продукції, підвищення її якості безпосередньо впливають на величину витрат, прибуток і рентабельність підприємства.

Збільшення обсягів виробництва продукції – головний напрям зміцнення економіки будь-якого підприємства. Основним завданням у сільському господарстві є забезпечення більш повного задоволення зростаючих потреб населення у продуктах споживання, а промисловості – у сировині. Досягнення цієї мети можливе лише за умови зміцнення матеріально-технічної бази, послідовної інтенсифікації виробництва, поліпшення його розміщення і спеціалізації, удосконалення орендних відносин, підвищення рівня використання сільськогосподарських угідь та інших виробничих ресурсів.

Збутова політика – це діяльність фірми з планування, реалізації та контролю руху товарів від товаровиробника до споживача з метою задоволення попиту і отримання прибутку.

Основна мета збутової політики – організація збутової мережі для ефективного продажу виготовленої продукції. Основні етапи стимулювання збутової мережі показані на рис. 1.

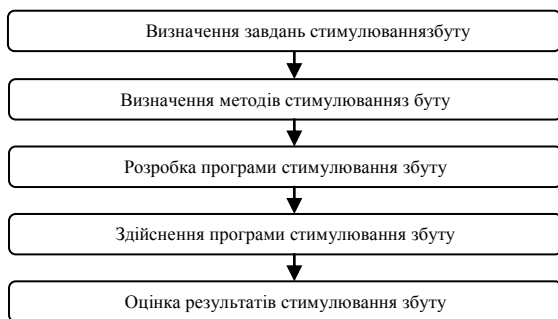


Рис 1 Основні етапи стимулювання збуту

Продаж товарів кінцевому споживачеві розглядається як єдиний спосіб повернути вкладені у виробництво кошти і отримати прибуток. Тому цілі збутової політики полягають в тому, щоб, по-перше, виявити потребу в товарах, по-друге, вибрати найбільш ефективний канал товароруку і скоріше довести свою продукцію до кінцевого споживача, по-третє, створити максимум зручностей та умов для швидкої “зустрічі” товару з покупцем. Тобто, це - оптимізація формування портфелю замовлень, укладення угод з постачальниками на поставку товарів, забезпечення ритмічного збуту продукції і товарів, вивчення і задоволення потреб в маркетингові сервісі, раціоналізація параметрів, структури і просування динамічних матеріальних потоків, оптимізація параметрів і умов зберігання запасів товарного характеру, контроль за виконанням господарських операцій з партнерами, формування і удосконалення системи інформаційного забезпечення [1, с.210].

Основні принципи збутової політики тісно пов’язані з принципами маркетингу, як сучасної філософії бізнесу:

Збутова політика повинна починатися із з’ясування таких питань: хто є кінцевим споживачем даного товару і які потреби при цьому задовольняються, хто є конкретним покупцем і за рахунок чийх коштів відбувається купівля, хто приймає рішення про купівлю, хто і як впливає на вироблення і прийняття рішення про купівлю. З цією метою будують певну модель поведінки покупців. З усієї різноманітності відомих моделей інтерес являють ті, в яких виділяються зовнішні збудники; процеси сприйняття інформації та прийняття рішень щодо купівлі; внутрішні й зовнішні фактори, які впливають на виникнення потреби і мотивацію поведінки покупців.

Формування збутової політики залежить від шести цілей розподілу товарів (товароруку):

- Стратегії політики розподілу;
- Методів збуту та типу каналів розподілу;
- Кількості рівнів каналів розподілу;
- ширини каналу розподілу;
- рівня інтенсивності каналу розподілу;
- системи керівництва каналами розподілу.

Розглянемо ці етапи більш докладніше.

Під час планування політики збуту керівництву фірми належить вибрати стратегію політики збуту: цілі розподілу (проникнення на нові ринки, збільшення частки ринку, обсягів продажу), горизонт покупця (першої ланки збуту, до якої переходить право власності на товар); горизонт ринку (кінцевий споживач товару); організаційну

структуру системи збуту (через власну або дилерську мережу); типи торгових посередників, через які буде здійснюватись (розподіл) товарорух тощо.

Визначення методів збуту та типу каналів розподілу.

Наявні канали збуту передбачають три основні методи збуту:

- а) прямиий – виробник безпосередньо збуває продукцію покупцям;
- б) через посередника – збут організовано через незалежних посередників;
- в) комбінований – збут здійснюється через організацію із спільним капіталом фірми-виробника та незалежної фірми.

Українські підприємства, які здебільшого мають на меті швидке отримання готівки, ідуть шляхом створення власної торговельної мережі, магазинів біля воріт підприємства, фірмових магазинів тощо. Безумовно, це дає можливість дещо заощадити на оплаті послуг посередників [2, с.67]

Проте світова практика свідчить, що такий підхід не може вважатись перспективним.

Самепрофесіоналізм посередників гарантує ефективність проведення збутових операцій.

1. Орієнтація на споживачів та гнучке реагування виробництва і збуту на зміну попиту. Підприємство має виготовляти те, що потрібно споживачам (безумовно, з урахуванням своїх можливостей), а не продавати те, що можна виготовити.

2. Сегментування ринку передбачає виявлення конкретної групи споживачів (сегмента або сегментів ринку), на задоволення потреб якої через товари та послуги слід зорієнтувати діяльність підприємства.

3. Глибоке дослідження ринку включає визначення ємності ринку, споживчих якостей товару, аналіз ціноутворення, ефективних каналів збуту, методів стимулювання продажу тощо. Врахування результатів досліджень у діяльності підприємства зумовлює комерційний успіх його товару на ринку.

4. Спрямованість на довгостроковий результат забезпечується інноваціями виробничої то збутової діяльності: створенням нових товарів, технологій, вдосконаленням форм та методів виходу на нові ринки, стимулюванням збуту, каналів товароруху [3, с. 188]

Література

1. Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. – К.: „ЦУЛ”, 2007. – 256с.
2. Зінь В.А., Турченко М.О. Планування діяльності підприємства: Підручник. – К.: ВД “Професіонал”, 2006. – 320с.
3. Березін О.В. Економіка підприємства: практикум: навчальний посібник / О.В. Березін, Н. В. Бутенко. - К.: Знання, 2009. - 254 с.
4. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. / Шевчук В. О., Коновалова О. В., Пантелєв В. П.; Нац. акад. статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. – К.: ДП “Ін форм.-аналіг. агентство”, 2011. – 399с.

УДК: 658.589:330.342.146

Фарукшина І.Н., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток вітчизняної економіки, підвищення конкурентоспроможності українських підприємств з метою подолання відставання від економічно розвинутих країн та інтеграції у світове співтовариство неможливе без здійснення інвестицій в інноваційну сферу. Це дасть можливість, передусім, підвищити конкурентоспроможність вітчизняної

економіки, гарантувати їй економічну безпеку та гідне місце в Європейському Союзі.

Інноваційна стратегія підприємства передбачає визначення такої системи конкретних заходів інноваційного розвитку, яка в змозі забезпечити найбільші науково-технічні і економічні переваги підприємства, що повинна бути спрямована на подолання інноваційної інертності керівництва, менеджерів та спеціалістів.

Серед стратегічних моделей інноваційної політики російські учені [1] виділяють такі: моделі стратегії перенесення, запозичення і нарощування. Перша модель передбачає використання зарубіжного науково-технічного потенціалу через закупівлю ліцензій на новітні технології з метою освоєння нових видів продукції. Друга модель заснована на тому, що завдяки наявності дешевої робочої сили та використанню частини науково-технічного потенціалу освоєється випуск наукомісткої продукції, що вже вироблялась в індустріально розвинутих країнах. Третя модель передбачає використання власного науково-технічного потенціалу, залучення іноземних учених, використання результатів фундаментальних і прикладних досліджень з метою створення нової продукції і технологій.

Представляє певний інтерес досвід розвинутих країн Західної Європи щодо шляхів і форм підтримки інноваційної діяльності. У Німеччині цілями інноваційної політики є такі: розвиток високих технологій і забезпечення їх швидкого перспективного впровадження; створення умов для діяльності високотехнологічних компаній та надання доступу до ринку венчурного капіталу; забезпечення пріоритету досліджень які орієнтовані на вирішення перспективних пріоритетних напрямків промисловості; поліпшення якості НДДКР [1].

Головними напрямком державної підтримки НДДКР у Великобританії є: субсидювання учених, надання допомоги в справі нововведень традиційним галузям промисловості, створення інноваційної інфраструктури і забезпечення через систему державних замовлень наукомісткої продукції. З метою стимулювання інновацій Британський уряд субсидював прискорення процесу нововведень у державному секторі економіки, виділяв державні кошти на створення інформаційних центрів і систем інформації, формував системи гарантованих контрактів на НДДКР та надавав податкові пільги інноваційним компаніям [1].

У Франції у зв'язку зі слабкою організацією промислового використання НДДКР державне втручання в інноваційну галузь обмежено і спрямоване на створення нових робочих місць у дослідницькому секторі, оновлення обладнання в науково-дослідних інститутах та сприяння технологічному розвитку. Тут державну підтримку інноваційного розвитку здійснюють за допомогою прямих і непрямих методів. Серед прямих методів слід назвати адміністративно-відомчі та програмно-цільові. Непрямі методи спрямовані на створення сприятливого інноваційного клімату і стимулювання новаторства (податкові та кредитні пільги, страхування інноваційних ризиків).

Загальновідомо, що конкурентоспроможність країни забезпечують інновації. Так, у США і Західній Європі малий бізнес створює до 50% нововведень, є ліцензіатором майже 50% нововведень на світовому ринку.

В нашій країні є необхідність прискореного інноваційного розвитку, що зумовлено: зростанням ролі інтенсивних факторів розвитку виробництва, які сприяють використанню досягнень НТП у діяльність промислових підприємств; посиленням ролі науки у підвищенні ефективності НДДКР та новітніх технологій; швидким фізичним і моральним старінням основного капіталу і технологій та необхідністю підтримки національного виробника.

Література

1. Гриньов А.В., Шершенюк О.М., Овчаренко С.В. Міжнародна інноваційно-

інвестиційна діяльність України. Вектор напрямку: Монографія. – Х.: Вид-во ХНАДУ, 2007. – 216с.

2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб.: Питер, 2002. – 400с.

УДК 330.332(411)(075.8)

Ярославський Д.Є., магістр

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту,

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Проблематика зниження інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств, ділової активності на інвестиційному ринку України та дестабілізація національної економіки в умовах фінансово-економічної кризи є достатньо актуальними й пріоритетними завданнями для вирішення як на макро-, так і на мікрорівнях та при формуванні державної інвестиційної політики.

Одним із пріоритетних напрямів державної інвестиційної політики України є підвищення інвестиційної привабливості підприємств, галузей та регіонів, а також проведення системних і комплексних заходів щодо стимулювання й залучення іноземного та вітчизняного капіталів. Проте, в умовах сьогодення інвестиційна привабливість регіонів, галузей та підприємств значно знизилась, причинно-наслідковим зв'язком даного процесу є вплив факторів фінансово-економічної кризи. Інвестиційна привабливість вітчизняних підприємств безпосередньо впливає на формування рівня розвитку галузі та регіону, що в свою чергу визначає темпи функціонування вітчизняного інвестиційного ринку, обсяги та джерела інвестиційних ресурсів.

З метою виявлення перспектив доступності фінансових ресурсів для досягнення інвестиційних цілей здійснюється визначення інвестиційної привабливості окремого напрямку чи сфери діяльності, що враховує комплекс чинників, які формують зовнішні умови для реалізації інвестиційного проекту. В умовах фінансово-економічної кризи визначення інвестиційної привабливості підприємств є достатньо не простим завданням, оскільки на даний процес впливають змінні зовнішні фактори впливу, нестабільність економіки та високий ступінь ризикованості і непередбачуваності подій.

Інвестиційна привабливість підприємства – це інтегральна характеристика підприємств з позиції перспектив розвитку, обсягу і можливостей збуту продукції, ефективності використання активів і їх ліквідності, стану платоспроможності і фінансової стійкості. Тобто її можна охарактеризувати як доцільність вкладення в підприємство вільних грошових коштів [1].

Оцінка та аналіз інвестиційної привабливості підприємства, з одного боку, - це основа для розроблення його інвестиційної політики, а з іншого, - можливість виявити недоліки у діяльності підприємства, передбачити заходи щодо їх ліквідації та поліпшити можливості залучення інвестиційних ресурсів. А це, у свою чергу, дає можливість інвесторам визначитися у своєму рішенні про інвестування у дане підприємство [2].

Досліджуючи та аналізуючи інвестиційну привабливість вітчизняних підприємств слід виокремити наступні аспекти:

1. Інвестиційну привабливість національної економіки загалом можна оцінити за не зовсім динамічними темпами розвитку й значними обсягами залучення прямих іноземних й вітчизняних інвестицій, що характеризуються впливом факторів фінансово-економічної кризи, зниженням інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств, зменшенням обсягів прямих іноземних та вітчизняних інвестицій, скороченням кількості

реалізованих інвестиційно-інноваційних проєктів тощо.

2. При ранжуванні підприємств за інвестиційною привабливістю слід виокремити наступні види економічної діяльності, а саме: промисловість, транспорт, оптова та роздрібна торгівля, при цьому, з достатньо високим потенціалом залишаються сфери готельного та ресторанного бізнесу.

3. Підвищення інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств є одним із найважливіших пріоритетів державної інвестиційної політики України, що в свою чергу впливатиме на рівень розвитку інвестиційного ринку загалом та галузей економіки зокрема.

4. Виважена та послідовна монетарна політика НБУ, стабілізація валютного ринку, системна та комплексна інвестиційна державна політика сприятимуть стабілізації інвестиційного ринку України, мобілізації та диференціації інвестиційних ресурсів в умовах фінансово-економічної кризи.

Підвищення інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств, акумулювання інвестиційних ресурсів та активізування інвестиційного ринку є одними із пріоритетних шляхів виходу та подолання фінансово-економічної кризи в Україні.

Проведення діагностики інвестиційної привабливості підприємства є основою для розробки стратегії розвитку. Маючи довгострокову стратегію розвитку, підприємство переходить до розробки бізнес-плану. В бізнес-плані докладно і детально розглядаються всі аспекти діяльності, обґрунтовуються об'єм необхідних інвестицій і схема фінансування, результати інвестицій для підприємства. План грошових потоків, що розраховується в бізнес-плані, дозволяє оцінити здатність підприємства повернути інвестору з групи кредиторів позикові засоби і виплатити відсотки. Для інвесторів-власників бізнес-план є підставою для проведення оцінки вартості підприємства і, відповідно, оцінки вартості капіталу, вкладеного в підприємство, і обґрунтуванням потенціалу його розвитку.

Не дивлячись на низьку вартість активів підприємства в порівнянні з сумою необхідних інвестицій, інвестор може оцінити підприємство як інвестиційно привабливе, оскільки бізнес-план обґрунтував потенціал зростання підприємства для інвестора і збільшення вартості капіталу.

Для всіх груп інвесторів велике значення має кредитна історія підприємства, оскільки вона дозволяє судити про досвід підприємства по освоєнню зовнішніх інвестицій і виконанню зобов'язань перед кредиторами і інвесторами-власниками. В зв'язку з цим можливе проведення заходів щодо створення такої історії.

Одним з найскладніших заходів щодо підвищення інвестиційної привабливості підприємства є проведення реформування (реструктуризація). Повна програма реформування включає сукупність заходів щодо комплексного приведення діяльності компанії у відповідність з умовами ринку і виробленою стратегією її розвитку, що змінюються. Реструктуризація може проводитися по декількох напрямках:

1. Реформування акціонерного капіталу. Даний напрям включає заходи щодо оптимізації структури капіталу – дроблення, консолідація акцій, всі описані в Законі про акціонерні товариства форми реорганізації акціонерного товариства. Результатом подібних дій є підвищення керованості компанії або групи компаній.

2. Зміна організаційної структури і методів управління. Даний напрям реформування націлений на вдосконалення процесів управління, що забезпечують основні функції ефективно діючого підприємства, і організаційних структур підприємства, які повинні відповідати новим процесам управління. Реструктуризація систем управління підприємств і організаційної структури може включати:

- виділення деяких напрямів бізнесу в окремі юридичні обличчя, утворення

холдингів, інші форми зміни організаційної структури;

- знаходження і усунення зайвих ланок в управлінні;
- введення в процеси управління і відповідні організаційні структури бракуючих ланок;
- налагоджування інформаційних потоків в частині управлінської інформації;
- проведення інших супутніх заходів.

3. Реформування активів. В рамках реструктуризації активів можна виділити реструктуризацію майнового комплексу, реструктуризацію довгострокових фінансових вкладень і реструктуризацію оборотних активів. Даний напрям реструктуризації підприємства припускає будь-яку зміну структури його активів у зв'язку з продажем зайвих, непрофільних і придбанням необхідних активів, оптимізацію складу фінансових вкладень (короткострокових і довгострокових), запасів, дебіторської заборгованості.

4. Реформування виробництва. Даний напрям реструктуризації націлений на вдосконалення виробничих систем підприємств. Метою в даному випадку може бути підвищення ефективності виробництва товарів, послуг; підвищення їх конкурентоспроможності, розширення асортименту або перепрофілювання. Реструктуризація виробництва може включати такі заходи:

- зняття з виробництва нерентабельної продукції, якщо при цьому відсутні реальні для здійснення інвестиційні проекти по зниженню витрат, зростанню конкурентоспроможності продукції і ін.;
- розширення випуску і продажів вигідної продукції;
- освоєння нової комерційно перспективної продукції або послуг;
- інші заходи.

Окремо варто згадати про ситуацію, коли метою підвищення інвестиційної привабливості є продаж підприємства. Даний процес називається передпродажною підготовкою і має на меті підвищення інвестиційної привабливості і одночасне збільшення її вартості для потенційних покупців.

У загальному вигляді передпродажна підготовка припускає проведення наступних заходів:

1. Аналіз галузі, в якій діє підприємство, а також галузей, що є споживачами і постачальниками для неї. Метою аналізу є виявлення компаній і об'єднань, що займають лідируючі або близькі до лідируючих позиції. При цьому відстежується інформація про процеси укрупнення, факти злиття і поглинань в аналізованих галузях.

2. Оцінка вартості бізнесу, виявлення основних чинників, що впливають на вартість. Визначення ключових характеристик компанії, привабливих для цільових груп інвесторів. Залежно від конкретної ситуації як такі характеристики можуть виступати: доступ до певних ресурсів, новим технологіям, розгорнена збутова мережа, висока потенційна рентабельність за умови істотних капіталовкладень і т.д.

3. Проведення заходів, направлених на підвищення інвестиційної привабливості компанії. На даному етапі можуть бути проведені всі перераховані вище заходи, необхідний їх набір і послідовність проведення залежать від бажаних термінів підготовки підприємства до продажу і початкової наявності інтересу інвесторів до підприємства.

4. Підготовка інформаційного меморандуму для представлення компанії інвесторам, розміщення прес-релізів в інформаційних службах, взаємодія з інвестиційними інститутами, діючими на ринку злиття/поглинань і інвесторами напряму.

5. Проведення переговорів з інвесторами – потенційними покупцями компанії і здійснення операції.

Таким чином, підготовка підприємства до залучення інвестицій або до продажу –

достатньо чітко певний, хоча і складний процес. Підприємство може сформувати програму заходів для підвищення інвестиційної привабливості, виходячи з своїх індивідуальних особливостей і кон'юнктури ринків капіталу, що склалася. Реалізація такої програми дозволяє прискорити залучення фінансових ресурсів і понизити їх вартість. Слід зазначити, що описані вище можливі заходи не вимагають істотних матеріальних витрат, але результатом їх реалізації, крім власне зростання інтересу інвесторів до компанії, є також підвищення ефективності її роботи.

Література

1. Петраев А.В. Факторы инвестиционной привлекательности. Методика оценки инвестиционной привлекательности региона (отрасли, предприятия) [Електронний ресурс] / А.В. Петраев. – Режим доступу: http://scholar.google.com/scholar_host?q=info:_AnsH32I54wJ:scholar.google.com/&output=viewport&pg=217.
2. Борщ Л.М., Герасимова С.В. Инвестування: теорія і практика: навч. посіб. / Л. М. Борщ, С.В. Герасимова – К. : Знання, 2007. – 685 с.

УДК: 339.5:658.6

Череп А.В., д.е.н., професор
Кайнара Д.О., аспірант

Запорізького національного університету

РОЛЬ СЕРТИФІКАЦІЇ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

На сучасному етапі, активна у міжнародній торгівлі стала важливою та невід'ємною частиною успішного розвитку будь-якого суб'єкта національної економіки. Формуються нові інтеграційні об'єднання, наднаціональні структури, блоки, що дозволяють знайти нові шляхи для забезпечення сталого економічного розвитку.

Тому, подолання торговельних бар'єрів має важливе значення для національних підприємств. Аналізуючи практичний досвід діяльності підприємств машинобудування, можна дійти висновку, що одними з найбільших бар'єрів, які заважають сталій співпраці національних машинобудівних підприємств з європейськими контрагентами є вимоги європейського законодавства до проблеми сертифікація та основ стандартизації.

На протязі періоду незалежності, український підхід до сертифікації, визначав державний контроль, загальнообов'язковість (у 2006 році 81% товарів промислового сектору підлягали обов'язковій сертифікації [1, С. 19]) та жорстку відповідність державним стандартам. Це в значній мірі обмежувало, та створювали додаткові перешкоди, в процесі діяльності промислових підприємств (вартість реєстрації нових технічних умов складала до 10 тис. дол., а строк реєстрації складав в середньому 2 місяці [1, С. 19]).

В цей час, підхід Європейського союзу є ліберальним та визначає необхідність відповідності стандартам, лише для товарів, що становлять реальну загрозу для здоров'я і життя людини (приблизно 10% від загального переліку товарів). Системи стандартизації та сертифікації ЄС, базується на принципах «Нового» та «Глобального» підходів, вперше сформованих у 1985 та 1989 роках. Їх використання, як показує досвід значно підвищує конкурентоздатність продукції на міжнародному ринку.

Різниця між підходами до стандартизації та сертифікації України та ЄС наведені у табл. 1.

Проте, починаючи з 2008 року, Україна вимушена модифікувати власну систему сертифікації та стандартизації. Загалом, можна виділити два етапи реформування:

1-й етап (2008-2012 р.), пов'язаний зі вступом України до СОТ, та виконанням

відповідних вимог. За цей час було прийнято базові вимоги згідно системи європейської сертифікації.

2-й етап (2014 – н.ч.), пов'язаний із ратифікацією Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС, і виконанням відповідних зобов'язань. Зокрема, Угода про Асоціацію передбачала від національних стандартів і перехід до європейської системи стандартизації протягом двох років.

Таблиця 1. Підходи України та ЄС до проблеми стандартизації та сертифікації*

Підхід України	Підхід ЄС
1. Обов'язкова відповідність стандартам розроблених за часів Радянського союзу, для 90% промислових товарів.	1. Обов'язкова сертифікація лише для товарів, що становлять реальну загрозу для здоров'я споживача.
2. Деталізованість та жорсткі вимоги стандартів, що зменшує можливості підприємства до інноваційної діяльності.	2. Відсутність обов'язкової процедури сертифікації. Замість неї введена процедура оцінки відповідності на основі модульного підходу (спрощена процедура оцінки розроблена ЄС у кінці 80-х, початку 90-х, що передбачає використання модулів для оцінки товарів), провести яку може, або незалежна організація, або виробник.
3. Процедура сертифікації монополізована державними органами.	3. Процесом розробки стандартів займаються некомерційні організації, що постійно співпрацюють з ринком.
4. Контроль за виконанням та впровадження стандартів здійснює єдиний державний орган.	

* Визначено авторами на основі [1, с. 20-25 ; 2]

У 2015 році відбувається справжній прорив у сфері регулювання сертифікації та стандартизації.

Із 27 актів європейського секторального законодавства у промисловості, в Україні прийнято 24 технічних регламенти, з яких 21 технічний регламент є обов'язковими до застосування. Станом на початок 2016 року, не прийнятими залишаються стандарти із правил Пакування та відходів, Високошвидкісних залізничних доріг та Вибухових речовин цивільного призначення.

Крім того, починаючи з січня 2015 року, вступив в дію Закон України «Про стандартизацію», що передбачає приведення національної системи стандартизації у відповідність до Європейської моделі. Було скасовано систему міждержавних стандартів ГОСТ. Більшість із них будуть чинними ще два роки, для того, щоб українські підприємства встигли адаптуватись до нових вимог [3, с. 90-100].

Відбувається активна дерегуляція системи сертифікації та стандартизації. Так, було скорочено перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації, у порівнянні із 2009 роком, на 70%.

Проте, не зважаючи на позитивні кроки, нетарифне регулювання станом на 2016 рік залишається актуальним питанням. Сертифікати українських лабораторій не визнаються у ЄС. Це створює додаткові витрати для українських машинобудівних підприємств, оскільки сертифікат є обов'язковим документом при експорті продукції, та єдиним шляхом довести безпечність товарів.

Угода про асоціацію, згідно статті 57, передбачає при виконанні усіх вимог, укласти додаткову угоду «Про оцінку відповідності та прийнятність промислових товарів», що ставить на меті взаємне визнання сертифікатів відповідності на промислову продукцію. Проте станом на квітень 2016 року це є лише проектом.

Згідно дослідження проведеного польськими та українськими вченими, середня вартість [4] середня вартість переходу до нових стандартів складає приблизно 14% від собівартості продукції, крім того, потрібно ще близько 4% від собівартості продукції на

тестування продукції.

Тож права на постачання машинобудівної продукції в ЄС потрібно домогтися, і над цим варто працювати кожному окремо взятому виробництву. Як показує практичний досвід виробників, термін отримання сертифікатів коливається від 1 до 3 років [5].

Таким чином, не зважаючи на активне реформування економічної системи країни, та впровадження європейських принципів до сертифікації та стандартизації, на сьогоднішній день проблема нетарифного регулювання залишається актуальною. Українські підприємства машинобудування, як і до підписання Угоди про Асоціацію, вимушені нести додаткові витрати при експорті на зовнішній ринок, що знижує їх загальну конкурентоздатність. Тому подальше реформування системи стандартизації та сертифікації, є важливим питанням для розвитку підприємств машинобудування.

Література

1. Technical Regulations in Ukraine: Ensuring Economy: International Finance Corporation, 2008. – 87 с.
2. Кожна країна захищає свій ринок [Електронний ресурс] // Журнал Верховної Ради "Віче". – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.viche.info/journal/1756/>.
3. Звіт про виконання Порядку денного асоціації та Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом – Київ: Урядовий офіс з питань європейської інтеграції Секретаріату Кабінету Міністрів України, 2015. – 169 с.
4. Щодо економічних ринків, пов'язаних з існуванням неторгових бар'єрів у відносинах між Україною та Європейським Союзом [Електронний ресурс] // Національний інститут стратегічних досліджень – Режим доступу до ресурсу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1733/>.
5. Власюк В. Чому експорт у ЄС є значно перспективнішим за постачання в Росію [Електронний ресурс] / В. Власюк // Forbes. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1380585-chomu-eksport-u-es-e-znachno-perspektivnishim-za-postachannya-v-rosiyu>.

УДК 334.12:8

Череп О.Г., к. е. н., доцент

Капчук А.

Запорізький національний університет

ІННОВАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

На даний час Україна розвивається як країна з високою часткою сировинних галузей промисловості, де переважає сфера мало наукоємного матеріального виробництва. Відомо, що рівень розвитку країни залежить від рівня розвитку інноваційної діяльності.

Сьогодні інновації стають ключовим чинником розвитку для більшості підприємств, тому важливо, що вітчизняні науковці акцентують свої дослідження на особливостях інноваційних процесів, пов'язаних з поліпшенням всього виробничо-господарського потенціалу підприємств та економічного стану України загалом. Дослідженням питань інноваційного розвитку займалися такі науковці, як Антонюк П.О.[1], Антонюк О.П.[1], Богман Н.Е.[4], Жалило Я.А.[2], Ілляшенко С. М.[3], Садков В.Г.[4], Хацкевич Г.А.[5].

Під інноваційним процесом слід розуміти не лише впровадження інновацій у виробництво, а й сукупність здійснюваних у просторі і часі якісно нових змін, які носять назву процесів впровадження нової техніки. Саме інноваційні процеси, що проходять на підприємствах, покликані як максимізувати доходи, так і мінімізувати витрати [3].

Інноваційна діяльність підприємств харчової промисловості в умовах переходу економіки України на інноваційний шлях розвитку набуває особливого значення.

Охопивши різні аспекти ринкових відносин, інноваційний процес сприяє зростанню виробництва, дає змогу підвищувати продуктивність праці, залучати до виробничої сфери нові резерви.

В Україні за підсумками 2015 року виготовлено 4359 тис. тонн соняшникової нафтінованої олії, що на 28 % більше ніж в 2014 році.

Розглянемо впровадження інноваційних технологій на прикладі Пологівського олійно-екстракційного заводу.

На підприємстві протягом 2015 року було здійснено такі інновації:

1. Заміна рамкових фільтрів при первинному очищенні масла на вертикальні струменеві фільтри - призначена для більш якісної первинної очистки масла.

2. Встановлено і запущена в експлуатацію лінія фізичної рафінації олії, що включає в себе лінію адсорбційної обробки і секція дезодорації олії з системою автоматичного управління і контролю за технологічними параметрами.

3. Запущена в експлуатацію лінія грануляції лушпиння соняшника.

4. Запущена лінія по грануляції шроту

Переважає більшість інвестицій у інноваційні проекти в Запорізькій області, у тому числі в підприємства харчової промисловості, здійснюються за власні кошти суб'єктів підприємницької діяльності. Обсяг інвестицій в інноваційні проекти в 2015 році становив 17560,4 тис грн., що складає лише 7 % від загального обсягу інвестицій.

До причин низької сприйнятливості підприємств галузі до інноваційних процесів доцільно віднести:

- низький технічний рівень виробничих фондів підприємств;
- недолік інженерно-технічних та робітничих кадрів високої кваліфікації, які здатні сприймати і використовувати нововведення;
- нерозвиненість основних елементів інноваційного циклу інформаційної та науково-технічної інфраструктури;
- відсутність на підприємствах необхідної для інноваційної діяльності матеріально-технічної бази та соціально-економічних умов;
- дефіцит інвестицій в розвиток інфраструктури та основні виробничі фонди.

Література

1. Антонюк П.О., Антонюк, О.П. Аналіз стану та шляхів інтенсифікації інновацій в харчовій промисловості [Електронний ресурс] / П.Антонюк, О.Антонюк // [www.rusnauka.com/DNI_2006/Economics/ 3_antonjuk.doc.htm](http://www.rusnauka.com/DNI_2006/Economics/3_antonjuk.doc.htm).

2. Жалило Я.А. Реальная поддержка инновационных процессов в Украине [Електронний ресурс] / Я.Жалило // www.companion.ua/Articles/

3. Ілляшенко С. М. Менеджмент та маркетинг інновацій : Монографія / С. М. Ілляшенко. - Суми. - ВТД "Університетська книга". - 2004. - 518 - 527 с.

4. Садков В.Г. Управление инновационной деятельностью в регионах и совершенствование информационно-статистического обеспечения / В.Г. Садков, Н.Е. Богма // Управление общественными и экономическими системами. - 2010. - №2. - С.68-72.

5. Хацкевич Г.А. Инновационность предприятия: критерии и подходы к измерению / Г.А. Хацкевич, Э.В. Опекун // Теоретичні та прикладні питання економіки. - 2011. - № 24. - С.95-102.

СЕКЦІЯ 2
ФІНАНСИ, ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

УДК 330.55.051

Савченко С.О., д.е.н., професор

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

**ВИЗНАЧЕННЯ НАЙБІЛЬШ ВПЛИВОВИХ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ
ФАКТОРІВ НА ФЛУКТУАЦІЮ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ**

Циклічність економічного розвитку має значний вплив на економічну динаміку в Україні. Діагностика циклічності є одним із інструментів ринку, що полягає в постійному моніторингу макроекономічних факторів. Теоретична розробка системи аналізу циклічності в економіці є умовою досягнення Україною стабільного зростання. На сьогодні існує значна кількість теоретичних напрацювань щодо причин виникнення економічних циклів.

Метою цієї статті є визначення, за допомогою теорії реальних ділових циклів (RBC), макроекономічних факторів, які найбільше впливають на флуктуацію економічних процесів в Україні: тих, що приводять до рецесії, і навпаки – до підйому ВВП.

Згідно з офіційною статистикою Світового банку [1] та Держжкомстату України, усереднений показник приросту ВВП України в 2010-2013 роках становив 2,4% на рік. У 2014 році цей показник був негативним (- 6,8%). У 2015 році Світовий банк визначив падіння ВВП в 12% [2].

Виходячи з вищесказаного, можливо зробити висновок, що Україна перебуває у фазі рецесії. Оскільки рецесія – це один з періодів економічного циклу, то потрібно визначити фактори ВВП, які більшою чи меншою мірою викликають флуктуацію. Існує три основні компоненти ВВП: трендовий, сезонний і циклічний. Останній показує відхилення реального обсягу виробництва від лінії тренду. Для того, щоб відокремити циклічний компонент із введених аналітичних даних, у роботі використано фільтр Ходрика–Прескотта, а для розрахунку даних застосовано програму EViews 8.

Відомо, що основні компоненти ВВП визначаються за видатками включають [3]:

$$GDP=C+G+I+NX, \quad (1)$$

де:

C - кінцеве споживання домашніх господарств,

I - валове накопичення капіталу,

G - державні витрати,

NX - чистий експорт.

У базовій формулі ВВП (1) немає прямих компонентів, що визначають вплив інноваційних технологій, а відповідно до теорії RBC основним фактором економічного зростання є збільшення капіталовкладень у науково-дослідні, дослідно-конструкторські роботи і інвестиції в людський капітал. Для аналізу впливу інноваційних технологій введемо в формулу (1) непрямий показник R&D, який визначає наукові дослідження і розробки. Отримана модель відображається формулою (2).

$$GDP=C+G+I+NX+R\&D, \quad (2)$$

Інвестиції в наукові дослідження і розробки не дають моментального економічного ефекту, тому дані *R&D* в розрахунках враховуємо із затримкою на 1 рік.

Із урахуванням п'яти макроекономічних показників створено збалансовану таблицю даних багатовимірного тимчасового ряду. Для аналізу застосовано вибірку з 2002 по 2015 роки. Для точності розрахунків у дослідженні зроблено упорядкування номінальних економічних значень в реальні. Для того, щоб виключити ефект інфляції, усі значення таблиці було проіндексовано за допомогою відповідного цінового індексу.

Із метою визначення того, чи властиві зібраним даним небажані процеси (одиничні корені, автокореляція або гетероскедастичність), а також для контролю точності розрахунку моделі проведено тести.

Для економетричного аналізу та отримання операційного циклічного компонента ВВП проведено фільтрацію результатів розрахунку збалансованої таблиці даних багатомірною тимчасового ряду.

За первинних розрахунків моделі (2) фактори «чистий експорт» і «державні витрати» показали незначний вплив на зміну циклічної компоненти ВВП, тому ці чинники були виключені з моделі.

Для визначення наявності проблеми автокореляції першого порядку, в рівняння була додана змінна-індикатор $AR(1)$.

Після всіх змін і перетворень була отримана модель (3):

$$GDP_{cycle} = \beta_1 + \beta_2 Cons + \beta_3 I + \beta_4 R\&D + AR(1), \quad (3)$$

де:

GDP_{cycle} – циклічний компонент ВВП,

β_1 – вільний коефіцієнт,

$Cons$ – споживання,

I – інвестиції

$R\&D(-1)$ – непрямий показник, що визначає наукові дослідження і розробки минулого року

$AR(1)$ – індикатор наявності авторегресії першого порядку.

Результати оцінювання параметрів лінійної моделі множинної регресії наведені у таблиці.

Таблиця 1. Результати оцінок параметрів лінійної моделі множинної регресії

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-40113877	8076544.	-4.966709	0.0003
$Cons$	0.400649	0.130914	2.953759	0.0121
I	1.535528	0.215006	7.141802	0.0000
$R\&D$	20.64562	8.401979	2.457233	0.0302
$AR(1)$	0.822179	0.040315	20.39380	0.0000
R -squared	0.972368			
Durbin-Watson stat	1.890414			

Згідно результатів регресійного аналізу, представленими в таблиці, оцінка лінійної моделі множинної регресії має вигляд (4):

$$GDP_{cycle} = -40113877 + 0.401Cons + 1.54I + 20.65R\&D + AR(1), (4)$$

Результати свідчать, що розрахункові значення критерію ймовірності ($Prob.$) Високі і менше рівня значення 0,05. Цей факт відкидає недійсну гіпотезу, що змінні дані не мають ніякого впливу на коливання ВВП. Статистика Durbin-Watson рівна 1.89, що вказує на відсутність серійної кореляції. $R^2 = 0,97$, означає, що 97% варіації залежної змінної (GDP_{cycle}) належить до допустимих змінних, а інші 3% – до інших факторів. Імовірність наявності авторегресії першого порядку ($AR(1)$) відсутня.

Коефіцієнт ($Cons$) – кінцеве споживання домашніх господарств показує, що для зміни перемінної на 1%, циклічний компонент ВВП України змінюється на 0,4%. Для інвестицій (I), кожна зміна фактора на 1% буде призводити до зміни циклічного компонента до 1,5%, що вказує на потенційну поточну потребу економіки. Отриманий результат $R\&D$, витрат на дослідження і розвиток, дуже несподіваний і істотний. У моделі, для кожної зміни $R\&D$ на 1%, циклічний компонент ВВП змінюється майже на 21%. Для порівняння: у країнах-членах Європейського Союзу цей коефіцієнт становить 1,87% [4]. Цей факт повинен сприйматися як потребу України в нових технологіях і

максимальному оновленні всіх існуючих технологічних потужностей. Звичайно, для впровадження нових технологій потрібен час, але загальна тенденція змін економіки для її якнайшвидшого відновлення та зростання може бути визначена і втілена вже в найближчому майбутньому.

Для визначення стійкості процесу було проведено тестування на наявність структурних проблем, а саме – тести на наявність одиничних коренів і гетероскедастичності. Проблема автокореляції у моделі виключена внаслідок додавання специфічної змінної ($AR(1)$). Результати перевірки показали, що ймовірності одиничних коренів для всіх змінних наближені до нуля, це свідчить про те, що нульова гіпотеза про одиничний корені не відхиляється для змінних в рівнях і процес стаціонарен. Ймовірності змінних вище, ніж критичне значення 0,01, тому не можна відкинути нульову гіпотезу, отже, гетероскедастичність в даних відсутня. Виходячи з отриманих результатів, можна зробити висновок про значущість та достовірності результатів, оскільки всі проведені тести успішно пройдені

Таким чином, за результатами досліджень були отримані наступні результати і висновки. В отриманій моделі складовий фактор ВВП за витратами, а саме чистий експорт, має незначний вплив на циклічність ВВП. А за умови збільшення фактора, який відображає інвестиції в наукові дослідження і розробки, на 1%, циклічний компонент ВВП змінюється майже на 21%. Це величезний потенціал для інвесторів. Для порівняння: у країнах-членах Європейського Союзу цей коефіцієнт становить 1,87%. З іншого боку цей факт відображає відсталість України у застосуванні нових технологіях і необхідність оновлення існуючих технологічних потужностей.

Література

1. Worldbank Statistics Database.[Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>
2. Прогноз економічного і соціального розвитку України на 2016-2019 роки. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=7ed552ec-52f3-4338-8ef3-31a2066df32d&title=PrognozEkonomichnogoISotsialnogoRozvitkuUkrainiNa2016-2019-Roki>
3. KEYNES J.M., (1936) The General Theory of Employment, Interest and Money, London: Macmillan (reprinted 2007)
4. Савченко С.О. Вплив макроекономічних факторів на флуктуацію економічних процесів / Науковий журнал "Маркетинг і менеджмент інновацій". Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2015. - №2. - с. 193-200
<http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2015/2/193-200>

УДК 338.246.2/338.439

Яценко О.В., д.е.н., доцент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ФІНАНSOVA ЄМНІСТЬ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЯК ЧИННИК СТАНОВЛЕННЯ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Одним із складних трансформаційних перетворень в сучасному українському селі є становлення та розвиток ринкового середовища, до якого належить й аграрний ринок. Останній є недостатньо емним, оскільки пов'язаний передусім з розвитком однієї галузі. Тому в контексті сільських територій доречніше вести мову про сільський ринок, а не аграрний, хоча частка останнього в ньому є суттєвою.

Звісно, що становлення та розвиток ринку в принципі, незалежно від того як ми визначимо його межі (за територіальною чи галузевою ознакою), знаходиться у прямій залежності від фінансових ресурсів. Теж саме стосується й забезпечення комплексного

розвитку сільських територій. Але, як це не виглядає парадоксальним на перший погляд, саме комплексний розвиток територій виступає важливим чинником становлення ринкового середовища.

В основу комплексного розвитку сільських територій ми пропонуємо покласти принципово новий підхід, який відрізняється від того, який є зараз. В останні роки значна увага приділяється державній підтримці розвитку українського села. Причому соціального розвитку села від виробничих. Хоча це не зовсім так, оскільки перший крок в цьому напрямку було зроблено ще у 1990 році з прийняттям Закону Української РСР «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві».

У принциповому відношенні з цього приводу необхідно зробити два зауваження. Перше стосується підтримки як такої. Вона є стимулюючим заходом й розрахована на обмежений період часу, тобто відбувається не на постійній основі. З огляду на стан нашого села, сільськогосподарської галузі слід говорити про необхідність їх відродження. А тут однією підтримкою не обійтися. Друге зауваження лежить у площині обмежених можливостей Державного бюджету України. Звісно за таких умов вихід із ситуації міститися в нарощувані внутрішніх фінансових можливостей кожної окремої сільської території.

Мета нашого дослідження полягає у визначенні підходів, забезпечуючих комплексний розвиток сільських територіальних утворень. В якості показника такого розвитку ми розглядаємо ступінь фінансової ємності території. Його можна визначити при отриманні кінцевого продукту – результатів господарювання за певний час, які знаходять свій прояв у наповненні місцевих бюджетів. В даному випадку нас цікавить питання про джерела цього наповнення. З позицій системного підходу таким узагальнюючим джерелом виступає територія. Інакше кажучи територія – це товар, який оцінюється скоріше не за ринковою, а за нормативною вартістю. При цьому звертається увага не на факт грошової оцінки територій населених пунктів, а на територіальний ресурс у більш широкому й у динамічному, а не статистичному вимірі.

Важливо визначити не стільки наявний ресурсний потенціал території, рухоме і нерухоме майно, скільки оцінити функціональність суб'єктів господарювання. На цьому шляху існують певні перешкоди. В інституціонально-правовому аспекті, вони полягають у відсутності концептуального нормативно-правового документа, який би визначав комплекс взаємопов'язаних завдань і заходів, спрямованих на розв'язання найважливіших проблем функціонування аграрного сектора та сільських територій [1, с. 1].

На нашу думку, одним із засобів розв'язання цієї проблеми є запровадження політики сільського розвитку. Звичайно, якщо існує сільський розвиток як розвиток у межах сільської територіальної підсистеми суспільства, та має бути й відповідна політика, яка спрямовує цей розвиток (див. рисунок 1).

Політика сільського розвитку може розглядатися як засіб комплексного розвитку об'єкту на його різних рівнях, включаючи й базовий – рівень територіальної громади. Економічна і фінансова спроможність громади визначаються місцевим бюджетом, основними джерелами наповнення якого є земельні ресурси, об'єкти комунальної власності та місцеві податки і збори. Але за умов, що склалися, понад 80% територіальних громад сьогодні нездатні забезпечити надання державних послуг за рахунок власних ресурсів. Передусім мають бути змінені правові норми, що регулюють надходження доходів від використання земельних ресурсів територіальних громад. У більшості європейських країн податок на землю в структурі доходів місцевого

самоврядування становить 60%, а в Японії – 70%, в той час як в Україні – тільки 12% [5].

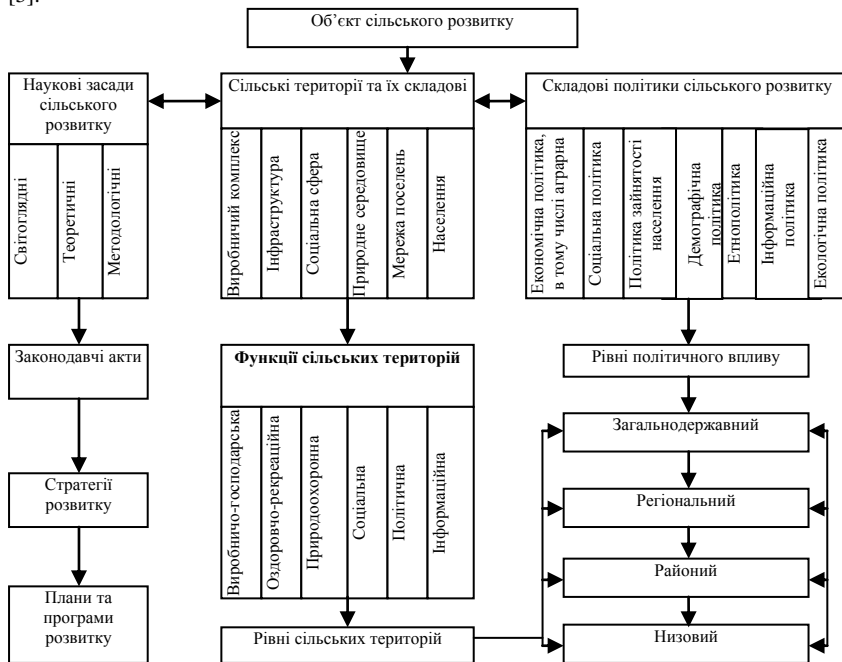


Рис. 1. Політика сільського розвитку

Не дивлячись на проведені в останній час заходи з децентралізації фінансових потоків в державі, рівень бюджетного забезпечення місцевого самоврядування в Україні взагалі значно менший, ніж в країнах-членах ЄС. Так у Швеції він складає 2500 євро на душу населення, у Чехії та Польщі – 1600, в Україні – трохи більше 100 євро, враховуючи міські та сільські громади. У розрізі сільських територіальних утворень цей показник значно менший [2, с. 293].

Отже бюджетні можливості сільських територіальних громад залежать від прибутковості суб'єктів господарювання й передусім сільськогосподарських товаровиробників, оскільки земельні ресурси є переважаючими у природно-ресурсному потенціалі. Як вже підкреслювалося не тільки землі сільськогосподарського призначення, а землі як. просторовий базис є важливим ресурсом розвитку сільських територій та складником аграрного ринку. Але суспільство поки ще не готово ні в психологічному, ні в політичному, ні в правовому відношеннях до того, щоб перетворити цей ресурс на товар.

Внаслідок радикальних макроекономічних змін по-новому постала проблема продуктивної зайнятості сільського населення. Зростає частка зайнятих у несіськогосподарських галузях, сфері послуг, виробничого сервісу. В межах сільських територій великого значення для їх сталого розвитку та економічного зростання набувають природні умови, стан навколишнього середовища. Наразі якщо вони є сприятливими для життєдіяльності, це збільшує розселенську ємність території,

стабілізує демографічну ситуацію. Важливою складовою частиною розселенської ємності сільських територіальних утворень є природно-рекреаційні ресурси. З одного боку, вони стимулюють приток населення через природну комфортність території як місця проживання населення та виступають умовою розвитку закладів та установ санаторно-лікувального, курортного та туристично-оздоровчого призначення – з іншого. На оздоровчо-рекреаційних територіях діяльність в закладах, установах цього типу є не тільки конкурентною, а й альтернативною по відношенні до сільськогосподарської.

Таким чином, комплексний розвиток сільських територій на засадах їх поліфункціональності виступає умовою розширення фінансової ємності території та важливим чинником становлення ринкового середовища.

Література

1. Павлов О. Політика сільського розвитку: сутність, складові, пріоритети // Вісник державної служби України. – 2006. – № 3. – С. 6-11.
2. Ярьсько Н. Ресурс місцевих бюджетів на 2015 рік / Н. Ярьсько // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=247868006&cat_id=24426429.
3. Децентралізація: все ще в рошуках рецептів року // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/economics_of_regions/decentralizaciya-vse-sche-v-poshukah-receptiv-.html.
4. Губені Ю. Розвиток сільських територій: деякі аспекти європейської теорії та практики // Економіка України. – 2007. - № 4. – С. 62-70.
5. Офіційний сайт Державної казначейської служби України. Оперативна інформація про виконання місцевих бюджетів за видатками, доходами. – Режим доступу: <http://www.treasury.gov.ua>.

УДК 336.71

**Білошапка В.С., к.е.н., доцент,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»**

БАНКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Банки є центрами кваліфікованих кадрів, зайнятості населення, нарешті, великими платниками податків для поповнення бюджетів всіх рівнів держави. Відтак, розвиток банківської системи в регіонах принципово важливий як з практичної, так і з політичної точок зору, а роль банків у забезпеченні регіонального підприємництва складно переоцінити.

Банки в регіонах:

- 1) сприяють реалізації проектів, спрямованих на соціально-економічний розвиток регіону, оскільки, акумулюючи фінансові ресурси населення, інвестують їх у підприємства того ж регіону. Цим самим вони роблять значний внесок в економічне зростання та функціонування регіональної економіки;
- 2) реалізуючи регіональні соціально-економічні проекти, зменшують різницю у фінансових доходах регіонів та розбіжності в економічному і соціальному аспекті їх розвитку;
- 3) сприяють забезпеченню більшої зайнятості населення міста, регіону через розвиток малого і середнього підприємництва;
- 4) вирішують питання зняття обмежень на кредитування для малих підприємств та підвищення забезпеченості регіонів банківськими послугами.

Головними напрямками участі банків у розвитку підприємництва регіону є:

- проведення операцій, пов'язаних із державними інвестиційними ресурсами;

- здійснення інвестицій в підприємства за рахунок власних коштів;
- інвестиції у складі промислово-фінансових груп та банківських синдикатів;
- залучення іноземних інвестиційних ресурсів та вкладення їх в підприємства регіону.

За показником залучення (вилучення) через банківську систему фінансових ресурсів регіони України умовно поділяємо на дві групи:

1) регіони-донори, з яких через банки вилучаються фінансові ресурси (Житомирська, Київська, Львівська, Тернопільська, Хмельницька, Черкаська та Чернігівська області);

2) регіони-отримувачі, що залучають фінансові ресурси з інших регіонів (Донецька, Луганська області).

Явище вилучення фінансових ресурсів із депресивного регіону є небезпечним для його економічного розвитку, оскільки в результаті виникає брак коштів, потрібних для інвестиційної діяльності, а це в свою чергу призводить до подорожчання ресурсів та колапсу економічної діяльності підприємств-суб'єктів господарювання.

Малі та середні банки, як основні партнери малого та середнього бізнесу й підприємств регіону, не мають змоги конкурувати з великими банками, особливо в депресивних регіонах[1]. Натомість, малий та середній бізнес надає перевагу саме місцевим банкам через їх доступність, довіру до них, імідж і можливість перевірити бездоганність репутації. Майже вся діяльність малого та середнього підприємництва здійснюється безпосередньо в регіоні, в конкретному місті чи районі, і всі зацікавлені особи мають можливість при необхідності отримувати інформацію про місцевий банк[2]. Це найголовніша конкурентна перевага більшості місцевих банків в регіонах. До того ж залучені кошти регіональні банки використовують для виконання кредитних операцій на території регіону, що дозволяє зростати ресурсній базі регіону, а не виводити кошти за її межі, як здійснюють філії інорегіональних банків. Тут варто зауважити, що більшість регіонів України донедавна мала так звану фол-тенденцію у сфері надання кредитів, лише в окремих із них (як правило, у великих бізнесових (фінансових, інвестиційних, інноваційних) центрах) обсяги кредитування стабільно росли. Проте місцеві банки очікують кредитувати підприємства, ніж інорегіональні, до того ж, діючи на конкретних територіях, вони створюють спеціальні програми для малого підприємництва, зокрема, мікрокредитування. Специфічними рисами таких програм стали підвищення рівня життя; поширення індивідуального кредитування; формування цільової аудиторії клієнтів, які вже мають власний успішний бізнес і прагнуть його розвивати.

Саме на регіональні малі та середні банки слід покладати основні надії у перспективах формування та реалізації інвестиційного потенціалу регіонів, оскільки їх діяльність має певні переваги над діяльністю філій та відділень великих банків інших регіонів: по-перше, місцеві банки зацікавлені у розвитку підприємництва регіону, адже вони повністю економічно від нього залежні (існує міцний кореляційний зв'язок між обсягом кредитного портфеля та зобов'язаннями місцевим клієнтам внаслідок обмеженої філійної мережі місцевих банків); по-друге, тісно працюючи з місцевою клієнтурою, малі та середні банки не призводять до «вимивання» коштів із регіону; по-третє, для утримання та примноження клієнтури, місцеві банки тісно співпрацюють із визначеною клієнтурою, а у роботі з нею застосовують індивідуальний підхід; по-четверте, ці банки добре знають місцеву клієнтуру та втрачують це знання при роботі на різних сегментах банківського ринку[3].

Зміцненню ролі банків в розвитку регіонального підприємництва можуть сприяти:

- 1) формування регіональних ринків капіталу, адекватних за обсягом, структурою та

іншим характеристикам економічному потенціалу підприємств регіону;

2) створення в кожному регіоні оптимальної за кількістю банківської системи, що дозволить раціональніше поєднувати діяльність місцевих банків, філій великих банків з інших регіонів та інших форм кредитних установ;

3) ефективне функціонування регіонального ринку цінних паперів як важливого каналу інвестування в реальний сектор економіки.

Регіональний розвиток банків – це ефективні позитивні зміни банківської системи, спрямовані на підтримку місцевої економіки та забезпечення розвитку регіонального підприємництва, а також збалансований розвиток територій в межах держави. На часі є також питання важливості місії банків у подоланні диспропорцій регіонального розвитку.

Участь банків у розвитку підприємництва регіону:

- розширює можливості фінансування регіональних проектів, програм та сприяє безпосередньо динамічному розвитку базових галузей виробництва;

- сприяє розбудові та модернізації інфраструктури життєзабезпечення регіону;

- поліпшує бізнес-клімат та конкурентоспроможність регіону.

У вирішенні питань розвитку регіонів слід виходити зі стратегічно правильного підходу, заснованого на вирішальній ролі банків у розвитку регіонального підприємництва. Тільки подальший розвиток банків пропорційно розвитку реального сектора буде запорукою економічного зростання регіону. Для забезпечення цієї пропорційності необхідна координація економічних програм органів влади з кредитною політикою банківського сектора.

Література

1. Герасимчук З. В. Територіальна організація банківської системи регіонів України: оцінка та стратегії забезпечення її раціональності: монографія/ З. В.Герасимчук, Н.І. Корецька. – Луцьк : РВВ ЛНТУ, 2010. –312 с.

2. Кахович О.О. Система управління регіональною структурно-інвестиційною політикою / О.О.Кахович // Економіка та держава. – 2010. – №3. – С. 111–113.

3. Василюх Ю.В., Аналіз сучасного стану кредитно-інвестиційної діяльності комерційних банків України / Ю.В. Василюх //Ринок цінних паперів України. – 2013. – № 6 – С. 58-63.

УДК 657.92

Валькова Н.В., к.е.н.

Дорошук Т.В., магістрант

Хмельницький національний університет

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ БЕЗОПЛАТНО ОДЕРЖАНИХ АКТИВІВ

Відповідно до діючого законодавства України підприємство має право безоплатно отримувати активи від різних юридичних чи фізичних осіб мають підприємства усіх форм власності, бюджетні установи та неприбуткові організації (у вигляді гуманітарної допомоги). В момент передачі прав на володіння активами суб'єкт господарювання повинен зарахувати одержаний актив до складу об'єктів обліку, та здійснювати його облік відповідно до загально визнаної методології, дослідження якої свідчать про наявність великої кількості «білих плям» у системі її регулювання та функціонування.

Якими б не були причини здійснення безоплатних операцій, з погляду податкового законодавства, їх результат може збільшити податкове навантаження як у сторони, яка передає благо, так, і сторони, яка його приймає. Завдання бухгалтера – правильно оприбуткувати безоплатно одержані активи і відобразити витрати на їх утримання, з

метою уникнення зайвого податкового навантаження, а також з метою повного, правдивого й неупередженого відображення у фінансовій звітності підприємства.

Будь-яке придбання того чи іншого майна, що не потребує компенсації (у грошовій чи іншій формі) власникам цього майна, називається безоплатним отриманням. Безоплатно активи можуть надходити у бюджетні установи, на господарські підприємства, а також у неприбуткові організації та громадські об'єднання, на кожному з них своя специфіка обліку.

В процесі функціонування облікової системи підприємств, установ та організацій необхідною умовою є узгодження таких її підсистем, як фінансовий, податковий та управлінський облік, на які в свою чергу впливають різні групи нормативно-правових актів державного та міжнародного значення. Державними законодавчими актами визначаються норми податкового та фінансового обліку. В той самий час, в умовах інтеграції вітчизняної облікової системи у міжнародний економічний простір, відбувається регулювання правової бази фінансового обліку відповідно до міжнародних правових актів, таких як: Міжнародні стандарти фінансового обліку та Міжнародні стандарти фінансової звітності. Проте, не завжди витримується відповідність податкових та фінансових, вітчизняних та міжнародних регуляторів. Відповідно до Податкового кодексу України [1] до безоплатно наданих товарів, робіт, послуг належать:

а) товари, що надаються згідно з договорами дарування, іншими договорами, за якими не передбачається грошова або інша компенсація вартості таких товарів чи їх повернення, або без укладення таких договорів;

б) роботи (послуги), що виконуються (надаються) без висування вимоги щодо компенсації їх вартості;

в) товари, передані юридичній чи фізичній особі на відповідальне зберігання і використані нею.

Визнання активами безоплатно одержаного майна передбачає можливість їх достовірної оцінки, яка, в свою чергу повинна здійснюватися з урахуванням принципу обачності зазначеного у Законі України про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні, а також у Міжнародних стандартах фінансової звітності. Недотримання цього принципу може призвести до отримання негативного аудиторського висновку та завищення або заниження бази оподаткування з подальшими адміністративними та фінансовими наслідками. Оскільки, справедлива вартість безоплатно одержаного активу визначається підприємством самостійно, важливим є дотримання юридичної процедури її визначення, а саме документального підтвердження (підстави) визнання справедливої (ринкової) вартості із затвердженням висновків приймальної комісії візую керівника підприємства (установи, організації). Крім того, обов'язковою умовою відображення в обліку безоплатно одержаного майна є документальна підстава передачі права власності на об'єкт. Перш ніж відобразити в обліку (поставити на баланс) об'єкт основних засобів, отриманий безоплатно, його слід оцінити за первісною вартістю. Первісною вартістю безоплатно отриманих основних засобів є їх справедлива вартість на дату отримання з урахуванням витрат, зазначених у п. 7 П(С)БО 7 «Основні засоби» [3].

Облік безоплатно отриманих активів регулюється такими нормативно-правовими актами як: Цивільний кодекс України (далі ЦКУ), Податковий кодекс України (далі ПКУ), положення (стандарти) бухгалтерського обліку, згідно з якими проводиться оцінка безоплатно отриманих активів та їх документальне оформлення.

Підставою для безоплатної передачі майна є договір. Відповідно до ст. 41 ЦКУ [2], договір є однією з форм угоди. Ст. 42 визначено як письмову, так і усну форму угоди. Виходячи з цього договір може бути укладений як в усній, так і в письмовій формі,

проте доцільно укласти його у письмовій формі. Якщо за узгодженням сторін договір повинен бути укладений у письмовій формі, є можливість: скласти документ, підписаний сторонами; обмінятися листами, телеграмами, телефонограмами та іншими видами повідомлень, підписаними стороною, що надсилає. У ст. 717 ЦКУ [2] зазначається, що за договором дарування одна сторона (дарувальник) передає або зобов'язується передати в майбутньому другій стороні (обдаровуваному) безоплатно майно (дарунок) у власність.

На підставі ст. 128 ЦКУ [2] право власності в одержувача за договором виникає з моменту передачі цінностей або у строк, вказаний у договорі. У цьому контексті передачею визнається: вручення цінностей набувальнику; здавання транспортній організації для відправлення набувальнику; здавання на пошту для пересилання набувальнику цінностей, які відчужені без зобов'язання доставки; передача іншого розпорядчого документа на цінності.

Існує питання, пов'язане з методологією ведення обліку безоплатно отриманих об'єктів: в якому розмірі повинна визнаватися первісна вартість об'єкту безоплатного отримання, якщо всі послуги (нотаріальні, реєстраційні та інші, прямо не пов'язані з підготовкою до введення в експлуатацію, отриманого в такий спосіб об'єкта) і сплачуються не за рахунок юридичних осіб, що передають основні засоби, а за рахунок підприємства - набувача прав на володіння цим активом. На нашу думку, відповідь на це питання можна знайти в П(С)БО 7. Згідно п.10 "первісна вартість безоплатно отриманих основних засобів дорівнює їх справедливій вартості на дату отримання з урахуванням витрат, передбачених п.8 П(С)БО 7" [3].

Таким чином, якщо підприємство понесло витрати, пов'язані з отриманням об'єкта, то первісна вартість формується з урахуванням понесених підприємством витрат. А якщо ж об'єкт отримано безоплатно без додаткових витрат, то його первісна вартість визначається шляхом оцінки його за справедливою (ринковою) вартістю на момент оприбуткування.

Як відомо з П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств», справедлива вартість - це сума, за якою можливо здійснити обмін активами між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами. Отже, слід розуміти, що справедлива вартість може прирівнюватися до ринкової. На момент оприбуткування на баланс ринкову вартість основних засобів спеціалісти підприємства визначають шляхом вивчення ринкових цін на аналогічні об'єкти з тим же рівнем зношеності або по сумі залишкової вартості (чи скоріше здатності до експлуатації).

Справедлива вартість об'єкта визначається прийнятною комісією, створеною наказом керівника установи, до складу якої обов'язково входить працівник бухгалтерії та представник установи вищого рівня. Комісія складає акт в якому зазначає кількість і вартість отриманих матеріальних цінностей за ринковими вільними цінами на аналогічні види. Якщо, передаються об'єкти, що були в експлуатації, то в акті вказують процент їх зносу та суму зносу. З цією метою також можна замовити й експертну оцінку. При цьому проведення експертної оцінки безоплатно отриманого об'єкта основних засобів не є підставою для переоцінки решти основних фондів.

Підставою для зарахування на баланс основних засобів є акт приймання-передачі (введення в експлуатацію) основних засобів. Сторони вправі скласти акт приймання-передачі у довільній формі. Різновидом дарування є пожертва, коли майно передається безоплатно для його використання обдаровуваним для суспільних потреб, широкого загалу тощо. Як правило, майно жертвують неприбутковим організаціям. При відображенні операцій з безоплатного надходження основних засобів виникає питання: необхідність та доцільність використання при оприбуткуванні рахунка 15 "Капітальні

інвестиції". Цей рахунок, згідно з Інструкцією №291, призначено для обліку витрат на придбання або створення необоротних активів. Оскільки при безоплатному отриманні основних засобів підприємство не компенсує вартості об'єктів підприємству, що передає права на володіння ними, то виникає проблема із застосуванням рахунку 15 "Капітальні інвестиції", досить часто справедлива вартість отриманого активу зараховується відразу на рахунок 10 «Основні засоби», при цьому, якщо у підприємства виникають витрати (монтаж, пусконаладжувальні та інші роботи), пов'язані з підготовкою об'єкта до експлуатації, то вони враховуються на рахунок 15 «Капітальні інвестиції», тобто окремо від вартості безоплатно отриманого об'єкта, яка вже обліковується на рахунок 10. Така методика обліку не відповідає вимогам П(С)БО 7 «Основні засоби», оскільки об'єкт, який не є придатним до експлуатації (відсутній акт вводу в експлуатацію) не може бути зарахованим до складу основних засобів. Безкоштовне отримання основних засобів – це безкоштовне отримання об'єктів, готових до експлуатації. А безкоштовне отримання об'єктів у тому стані, в якому вони ще не є придатними до експлуатації, – це безкоштовне отримання капітальних інвестицій. Отже, в останньому випадку рахунок 15 «Капітальні інвестиції» неодмінно використовується, в кореспонденції з рахунком 424 «Безоплатно отримані необоротні активи».

Виходячи з вищесказаного, безкоштовне отримання необоротних активів може відбуватися як у вигляді основних засобів (якщо передається необоротний матеріальний актив, цілком готовий до експлуатації за призначенням), так і у вигляді капітальних інвестицій (якщо передається необоротний матеріальний актив, що перед введенням в експлуатацію потребує додаткових вкладень за рахунок набувача прав на володіння цим активом).

Варто зазначити, що існують відмінності у бухгалтерському та податковому обліку безоплатно отриманих активів. В бухгалтерському обліку вартість безоплатно отриманих необоротних активів відноситься до додаткового капіталу і на дату придбання не визнається доходом на відміну від податкового обліку.

Різні відображення операцій щодо надходження безоплатно отриманих активів відбувається не лише у фінансовому і податковому обліку. Бюджетні установи та господарські підприємства також по різному виконують операції щодо такого надходження. Тому виникає багато запитань з обліку безоплатно отриманих активів, які потрібно вирішувати. Основними з таких питань є: капіталізація безоплатно одержаних необоротних активів та формування їх первісної вартості, а також відображення у фінансовому обліку податкових різниць, які виникають в результаті зарахування вартості безоплатно одержаних активів у склад додаткового капіталу.

Література

1. Податковий кодекс України: [Електронний ресурс] Закон України: постанова : [прийнято Верховною Радою України 2 грудня 2010 р. № 2755-VI] : [за станом на 01 березня 2015 р.] // Законодавство України – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>
2. Цивільний кодекс України: [Електронний ресурс] Закон України: постанова : [прийнято Верховною Радою України 16.01.2003 № 435-IV] : [за станом на 01.03.2015 р.] // Законодавство України – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
3. Основні засоби: [Електронний ресурс] : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7: [затверджено Міністерством фінансів України 27 квітня 2000р.] : [за станом на 1 січня 2015 р.] Законодавство України – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0288-00>

УДК 368.914(477):336

Дудченко Н.В., к.е.н., доцент

Черкаський державний технологічний університет

ОСОБЛИВОСТІ РЕФОРМУВАННЯ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ

Необхідність реформування пенсійної системи виникає через декілька факторів: економічних, демографічних, соціальних і політичних. Ця проблема актуальна в багатьох країнах, незалежно від рівня їх економічного розвитку, як за рахунок демографічних чинників (старіння населення, зміна його вікової структури) і економічних, пов'язаних з глобальною кризою. Тим не менш, вона повинна бути вирішена, ретельно зважаючи всі чинники і можливості як держави і його громадян, беручи до уваги національні традиції і особливості менталітету.

Реформування пенсійної системи означає глибокі зміни або навіть заміни старої системи до нової. Кардинальні реформи (що означає зміну правил в майбутньому) можуть бути менш небезпечним для уряду, ніж раціоналізація (тобто регулюють правила в даний момент, такі як скорочення пенсійної системи соціальної орієнтації) [1].

Процес пенсійної реформи в Україні вже почався - прийнято ряд законів, спрямованих на підвищення ефективності безпеки реорганізації, що щодо її здійснюється. Важливу роль в реформуванні пенсійної системи, а отже, і соціального забезпечення в цілому, набуло прийняття 9 липня 2003 року Верховною Радою України Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення» (№ 1057-IV) [2] і "про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування"[3] та інші закони, спрямовані на вдосконалення існуючої пенсійної системи. Процес реформ триває. Зокрема, в Україні представивши нову систему пенсійного забезпечення, особливо накопичувальну, спрямовану на зміцнення економічної самостійності та відповідальності громадян за стан їх особистого фінансового благополуччя на пенсії.

Відповідно до Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» (набув чинності 1 січня 2004 року) передбачається трирівнева система пенсійного забезпечення, що складається із солідарної системи (перший рівень), обов'язкової накопичувальної системи (другий рівень) та недержавного добровільного пенсійного забезпечення (третій рівень) [3].

Відповідно до Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» обов'язкова накопичувальна система повинна працювати з 2008 р. Накопичувати кошти на пенсію можуть чоловіки у віці до 40 і жінки у віці до 35 років.

Подальші реформи проводяться в рамках прийнятої Концепції подальшої пенсійної реформи та Програми економічних реформ на 2010-2014 рр. "Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава". Ці документи описують цілі, реалізація яких спрямована на подальше реформування нинішньої системи [1].

Реформування обов'язкового компоненту пенсійного страхування ігнорує існуючі проблеми в приватному пенсійному страхуванні.

Згідно до резолюції Всеукраїнського форуму «Пенсійна реформа в Україні: роль фінансових консультантів», який проводився 09.05.2011 р. актуальними питаннями були:

- ефективна державна політика, спрямована на пенсійну реформу з точки зору прозорості, відкритості та вільної конкуренції між банками, компаніями зі страхування життя та пенсійних фондів в приватних пенсійних схем;
- розвиток фінансової культури громадян та підвищення їх фінансової грамотності через систему інформування населення про стан та перспективи розвитку фінансових послуг, переваги фінансових послуг і ризики, які існують на цих ринках.

У 2011 р. за підтримки Європейської федерації фінансових експертів «Green

Capital», Ліги страхових організацій України відбувся другий Український форум "Пенсійна реформа: роль фінансових консультантів». Резолюція форуму заявила ініціативи для забезпечення правової бази і організаційної підтримки для створення національної системи підготовки і сертифікації постачальників, що підтримують бізнес страхування і пенсійного забезпечення (страхові агенти, фінансові консультанти) шляхом прийняття окремого закону України "Про страхування посередників" в створенні робочої групи у Верховній Раді України з питань фінансів, банківської діяльності, податкової та митної політики. [4]

Урядовий законопроект про пенсійну реформу (№2767), який був підготовлений за участю Міністерства соціальної політики, Пенсійного фонду та громадських організацій протягом шести тижнів, передбачає суттєві зміни в пенсійному законодавстві України, тому, звичайно, викликав великий резонанс. У профільному комітеті Верховної Ради з питань соціальної політики, зайнятості та пенсійного забезпечення законопроект був розкритикований і повернутим на доопрацювання.

Депутати, які входять до профільного комітету, уже подали законопроект щодо відтермінування в часі скасування так званих спеціальних пенсій для державних службовців, прокурорів, митників, суддів, депутатів та їх помічників та інші. Нагадаємо, що відповідно до закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань пенсійного забезпечення» від 2.03.2015 р., ці пенсії повинні бути усунені з 1 червня, якщо доти не приймуть рішення про окремий закон про призначення пенсій, в тому числі спеціальних на загальних умовах. Що стосується другої частини пенсійної реформи - накопичувальної системи, законопроект містить ряд невідповідностей і невирішених питань".

Як міжнародні експерти так і українські вчені вважають, що небезпечно реалізовувати накопичувальну пенсійна система в 2016 році.

З 1 січня 2016 року пропонується ввести накопичувальну пенсійну програму професійного пенсійного страхування для осіб у віці менше 35 років і зайняті на роботах з особливо шкідливими і шкідливими, особливо важкими і важкими умовами праці (список № 1 і № 2); посадах, які мають право на дострокову пенсії; і незалежно від віку для державних службовців, посадових осіб місцевого самоврядування, посадових осіб податкових органів, митних органів, прокурорів, суддів і дослідників і викладачів.

З 1 січня 2017 року пропонується ввести другий рівень пенсійної системи. Учасниками накопичувальної пенсійної системи визначаються особи, які в даний час не старші 35 років. Проте, право на участь в цій системі, запропонованій застрахованим особам, які, за станом на 1 січня 2017 роки не старше 55 років. Ці особи отримують можливість прийняти рішення до 1 січня 2018 року на добровільну участь у накопичувальній системі пенсійного страхування.

Передбачається, що джерелом фінансування пенсій за фінансованими професійними пенсійними схемами для таких груп людей будуть піднімати страхові внески, які виплачуються роботодавцем і працівником. Внески в перший рік складатимуть 2% в рік і будуть збільшуватися на один відсоток, щоб досягти 7%. По мірі збільшення ставки внесків для застрахованих осіб, починаючи з 2018 року, відповідно пропонується зменшення розміру єдиного внеску для роботодавця, який призведе до часткового перерозподілу розміру оплати єдиного внеску від роботодавця до працівника (1 відсоток щорічно), а вже у 2022 єдиний внесок роботодавець буде знижена на 5% [5].

Таким чином, реформування системи повинно позитивно відобразитися на вирішення існуючих проблем, особливо в створенні рівних умов конкуренції серед приватних пенсійних фондів, компаній зі страхування життя і банків.

Література

1. Гура М. Пенсійна реформа: виклик для України / За ред. М. Свенціцькі, І. Чапко, А. Єрмошенко. – К. : Аналітично-дорадчий центр Блакитної стрічки ПРООН, 2012. – 68 с.
2. Про недержавне пенсійне забезпечення : Закон України (зі змін та допов.) // Відом. Верховної Ради. – 2003. – № 47–48. – Ст. 372.
3. Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування : Закон України (зі змін та допов.) // Відом. Верховної Ради. – 2003. – № 49–51. – Ст. 376.
4. Резолюція Всеукраїнського форуму «Пенсійна реформа в Україні: роль фінансових консультантів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.r-invest.com.ua/news/items/vseukrajinskij-forum-pensijna-reforma-vukrajini-rol-finansovix-konsultantiv.32.html>.
5. Про урядовий законопроект щодо пенсійної реформи : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/5900.

УДК 336.2

Овод Л. В., к.е.н., доцент

Дармороз В.М., студент

Хмельницький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ

В процесі господарювання кожен підприємець прагне до мінімізації оподаткованого прибутку з метою отримання додаткових джерел фінансування своєї діяльності. Для досягнення такої мети існують різні методи, з них варто виокремити метод трансфертного ціноутворення.

Суть цього методу полягає у розподілі доходів та витрат підприємством або холдингом між його структурними підрозділами для утворення більшої бази оподаткування в місцях з меншою ставкою оподаткування і навпаки. У зв'язку з цим утворюється суперечність між державою та підприємствами, тому що держава, в першу чергу, зацікавлена у максимальному наповненні бюджету для реалізації своїх функцій і розширює податкову базу, а суб'єкти господарювання прагнуть мінімізувати податкові зобов'язання.

Питання трансфертного ціноутворення є досить актуальним і дискусійним для науковців, платників податків та органів доходів і зборів нашої країни. Тому і не дивно, що багато відомих вчених-економістів присвятили свої праці вивченню цієї проблеми. Вагомий внесок у розвиток трансфертного ціноутворення саме в Україні зробили Т. Балуок, Н. Богацька, С.Голов, П. Дзюба, Т.Карпова, В. Пашкус, Т. Савченко, М. Романюк, О. Терещенко та інші. На сьогодні досить важливим є дослідження сфер застосування, нових нормативно-правових актів, що регламентують механізм трансфертного ціноутворення та звітність у цій сфері.

Впровадження світового досвіду боротьби з розмиванням податкової бази стало актуальним для України з огляду те, що деякі українські підприємства систематично виводили виручку за кордон з метою зменшення податкового навантаження. З метою припинення або хоча б суттєвого обмеження такої практики в Україні було прийнято правила трансфертного ціноутворення.

7 серпня 2013 року був опублікований Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення» № 408-VII, прийнятий 4 липня 2013 року Верховною Радою України (далі-Закон) [1]. Прийнятий Закон ввів поняття трансфертного ціноутворення та контрольованих операцій до Податкового кодексу України (далі – ПКУ). Найважливішими категоріями Закону є:

- трансфертне ціноутворення та його принципи;

- контрольовані операції, особливості їх визнання, методи визначення ціни у контрольованих операціях: 1) порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу); 2) ціни перепродажу; 3) «витрати плюс»; 4) чистого прибутку; 5) розподілення прибутку.

- пов'язані особи, умови їх визнання та склад;
- зіставні операції та умови їх визнання.

13 серпня 2015 року набули чинності чергові зміни до законодавства щодо трансфертного ціноутворення, визначені Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення» від 15.07.2015 № 609-VIII [2].

Поряд з достатньо суттєвими, але технічними змінами, покликаними прибрати існуючі неточності, наприклад щодо визначення пов'язаності, засад визначення контрольованих операцій, встановлення відповідності умов контрольованої операції принципу «втягнутої руки» для товарів, що мають біржове котирування, внесено низку достатньо важливих змін до норм ПКУ щодо трансфертного ціноутворення, які суттєво впливають на дії платників податків і контролюючих органів та їх взаємовідносини [5], які можна згрупувати таким чином:

1. Сфера застосування статті 39 Податкового кодексу України. Уточнення, внесені Законом, підтверджують, що, починаючи з 2015 року, контроль над трансфертним ціноутворенням здійснюється виключно стосовно операцій з нерезидентами та виключно для цілей нарахування податку на прибуток.

2. Визнання операцій контрольованими [4].

2.1. Підвищено вартісний критерій господарських операцій, при досягненні якого такі операції визнаються контрольованими, з 20 мільйонів до 50 мільйонів гривень річного доходу платника податків від будь-якої діяльності, із 1 мільйона гривень до 5 мільйонів гривень - обсяг таких господарських операцій платника податків з кожним контрагентом.

2.2. Виключено такий критерій контрольованої операції як трьохвідсоткова частка операцій до доходу платника.

2.3. Уточнено порядок розрахунку вищезазначених сум, передбачено врахування доходів лише самого платника податків, які розраховуються за правилами бухгалтерського обліку.

3. Порядок встановлення відповідності принципу «втягнутої руки» умов контрольованих операцій з експорту та імпорту товарів, що мають біржове котирування.

3.1 Для встановлення відповідності умов таких контрольованих операцій принципу «втягнутої руки», замість середньої ціни товарів використовується діапазон цін, що склалися на товарній біржі. Діапазон цін розраховується згідно з порядком, визначеним в абзаці четвертому підпункту 39.3.2.3 статті 39 ПКУ, на підставі біржових котирувань відповідного товару за декаду, що передує проведенню контрольованої операції. Кабінет Міністрів України визначає перелік товарних бірж, але і перелік товарів, що мають біржове котирування.

3.2. Законодавець звужив та зробив вичерпним перелік умов коригування ціни, вказавши, що ціни підлягають коригуванню з урахуванням обсягу контрольованої операції, умов оплати та постачання товарів, якісних характеристик, транспортних витрат.

4. Визначення рівня рентабельності контрольованих операцій.

4.1. В новій редакції підпункту 39.3.2.5 статті 39 ПКУ України уточнено, що під час визначення рівня рентабельності контрольованих операцій можуть бути використані такі фінансові показники: а) валова рентабельність; б) валова рентабельність

собівартості; в) чиста рентабельність; г) чиста рентабельність витрат; г) рентабельність операційних витрат; д) рентабельність активів; е) рентабельність капіталу. Даний перелік не є вичерпним.

5. Збільшено строк для подання документації про трансфертне ціноутворення на додатковий запит ДФС України до 30 днів за пп. 39.4.8 ПКУ. В попередній редакції такий термін становив 10 днів з моменту отримання запиту.

6. Уточнено процедуру інформування платника податків з приводу виявлення контрольованих операцій: інформування здійснюється протягом 5 робочих днів із дня надсилання контролюючим органом повідомлення центральному органу виконавчої влади.

7. Перевірки контрольованих операцій.

7.1. Законом було скорочено перелік підстав для призначення перевірки контрольованих операцій. Відтепер контролюючий орган матиме право провести таку перевірку у випадках:

а) надсилання повідомлення контролюючим органом відповідно до підпункту 39.5.1.2;

б) виявлення за результатами моніторингу контрольованих операцій невідповідності умов контрольованих операцій принципу «втягнутої руки»;

в) неподання платником податку або подання з порушенням вимог пункту 39.4 статті звіту про контрольовані операції або документації з трансфертного ціноутворення.

7.2. Контролюючий орган також наділений правом для зіставлення даних по контрольованих операціях, використовувати інформацію по неконтрольованих операціях платника податків та його контрагента.

7.3. Доповнено порядок прийняття податкового повідомлення-рішення за результатами перевірки контрольованої операції вимогою, що повідомлення-рішення не може бути прийняте контролюючим органом раніше терміну для надання платником заперечення (30 днів).

8. Штрафні санкції

8.1. Збільшено штрафні санкції за неподачу звіту по контрольованим операціям до 300 розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня податкового(звітного) року.

8.2. Зменшено відповідальність за відсутність декларування окремих контрольованих операцій до 1 відсотка від незадекларованих контрольованих операцій з обмеженням в 300 розмірів мінімальної заробітної плати щодо усіх незафіксованих контрольованих операцій.

8.3. Якщо платник податків не надає документацію щодо трансфертного ціноутворення на запит ДФС України, штраф становитиме 3 відсотки від суми контрольованих операцій, по яких не подана відповідна документація, але не більше 200 розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня податкового (звітного) року.

9. Коригування контрольованих операцій, здійснених до 1 січня 2015 року. Законом прямо передбачено, що для контрольованих операцій з резидентами, здійснених до 1 січня 2015 року, пропорційне коригування здійснюється за правилами, що діяли до 1 січня 2015 року.

У 2016 році видано Наказ Міністерства фінансів України від 18.01.2016 № 8 [3], яким затверджено нову форму Звіту про контрольовані операції та порядок його заповнення. Суттєвих відмінностей у новому звіті не передбачено, проте безперечним позитивом нової форми є приведення його форми у відповідність до норм чинного

законодавства. Звернемо увагу на особливості, у тому числі новації, нової форми Звіту про контрольовані операції та порядку його складання:

1. Новий звіт дозволяє відобразити групування контрольованих операцій, які мають однакові умови поставок та інші показники цих контрольованих операцій.

2. У випадку застосування методів ціни перепродажу, «витрати плюс» та чистого прибутку – платник має зазначити код рентабельності та її числовий показник.

3. Додаток до звіту, в якому зазначаються відомості щодо всіх контрольованих операцій, подається порціями в кожній не більше 20 тис. записів.

4. Встановлено, що уточнюючий звіт має бути повністю заповнений, а не лише щодо виправлених показників. Передбачена можливість, крім уточнюючого звіту, подавати тип звіту – «звітний новий» до 1 травня року, наступного за звітним (тобто у строки для подання звіту).

5. Не передбачено відображення курсу валюти.

6. У випадку застосування методу порівняльної контрольованої ціни для біржових операцій згідно з підпунктом 39.2.1.3 ПКУ такий метод зазначається як окремий, «шостий» метод (код 306).

7. Не потрібно зазначати код джерела інформації, оскільки чинним законодавством вже не передбачено обов'язкових джерел інформації.

8. Передбачена можливість зазначити як підстави визнання пов'язаних осіб – «Визнано пов'язаними особами самостійно» та «Визнано пов'язаними особами в судовому порядку».

9. В порядку складання звіту прописано, що у випадку контрагента з території ВЕЗ «Крим» у графі «Назва країни, в якій зареєстрована особа» зазначається ВЕЗ «Крим» та код 805.

Розглянувши та проаналізувавши законодавство щодо трансфертного ціноутворення в Україні варто зазначити, що зміни, які внесені у ПКУ загалом є позитивними та були розроблені з метою усунення помилок та неточностей, які були допущені у попередній редакції.

Література

1. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення» від 04.07.2013 № 408-VII [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/408-18/page>.

2. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення» від 15.07.2015 № 609-VIII [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/609-19>.

3. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження форми та Порядку складання Звіту про контрольовані операції» від 18.01.2016 № 8 [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0187-16>.

4. Гетманцев Д. Зміни в трансфертному ціноутворенні [Електронний ресурс] / Д. Гетманцев, В.Форсюк // Сайт ЮК «Jurimex» - Режим доступу: <http://jurimex.ua/ua/inform-files/88/>.

5. Кругляк В. Трансфертне ціноутворення / В. Кругляк // Вісник. Право знати все про податки і збори. - 2015. - №31. - С. 9.

УДК 336.1:352

Поліщук В.Г., к.е.н.

Бондарчук І.М., студентка

Луцький національний технічний університет

**БЮДЖЕТНІ НОВАЦІЇ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ
МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ**

Місцеві бюджети – це основний фінансовий план розвитку територій Автономної Республіки Крим, областей, районів, міст, селищ, сіл України. Прибуткова частина кожного місцевого бюджету відображає результати роботи підприємств, організацій та інших суб'єктів господарювання, що діють на визначеній території, масштаби їхньої діяльності й обсяги прибутків, частина з яких мобілізується в прибутки місцевих бюджетів за допомогою податків, зборів та інших обов'язкових платежів. На формування місцевих бюджетів впливає рівень прибутків населення, що також є платником податків. Вагомість цього джерела прибутків зростає в умовах розвитку підприємницької діяльності громадян.

Джерела формування місцевих бюджетів сільських територій в умовах децентралізації залежать від якості проведених реформ, від умілого розпорядження сільськими радами наявними адміністративними, технічними та людськими ресурсами [1].

Видаткова частина місцевих бюджетів відображає стан житлово-комунального господарства, визначає напрямок витрат мобілізованих у бюджет коштів. Місцевий бюджет це план формування фінансових ресурсів визначеної території, необхідних для забезпечення функцій і повноважень місцевого самоврядування та їхнє використання з метою задоволення різних економічних і соціальних потреб [2, с. 432].

Формування місцевих бюджетів – це дуже складний процес. Одним з напрямків ефективного формування дохідної частини бюджету є детальний аналіз виконання кожного джерела доходу протягом попередніх років та врахування певних об'єктивних причин відхилення від передбачених показників. Досить вагомі потенційні можливості скорочення витратної частини бюджету пов'язані з удосконаленням процесу формування місцевих бюджетів. Потребує вирішення питання фінансування забезпечення експлуатації та утримання об'єктів комунальної власності, які перебувають у власності членів територіальної громади.

Як зазначає Ю.В. Пасічник, на формування місцевих бюджетів існує два погляди. Прихильники одного з них вважають, що місцеві бюджети мають формуватися “знизу”, тобто, забезпечивши потреби конкретної адміністративно-територіальної одиниці, надлишок коштів передавати до вищих бюджетів. Прихильники іншої точки зору, навпаки, стверджують, що потрібно насамперед забезпечити загальнодержавні потреби, тобто місцевим бюджетам залишати тільки забезпечення мінімальних потреб і в разі наявності коштів – розподіляти їх між усіма відповідними адміністративно-територіальними одиницями [3].

Бюджетні новації: запровадити прозору систему розподілу трансфертів між бюджетами різних рівнів, яка ґрунтуватиметься на об'єктивних показниках і критеріях. Трансферти слід визначати як різницю між нормативними обсягами видатків та обсягами доходів, обрахованими із застосуванням коефіцієнта податкоспроможності регіонів, і надавати з єдиного фонду; підвищити роль місцевих органів влади щодо визначення ставок оподаткування окремих місцевих податків і зборів та розширити їх перелік; здійснити законодавче розмежування та закріплення між рівнями влади комунального майна як матеріальної та фінансової основи місцевого самоврядування; визначити повноваження щодо здійснення місцевими органами влади запозичень, їхніх

обсягів і форм з метою фінансування місцевих бюджетів, запровадити спеціальні процедури державного фінансового контролю за борговими та іншими фінансовими зобов'язаннями органів місцевого самоврядування.

При трактуванні бюджетної політики в системі регулювання місцевих бюджетів одними із важливих елементів є планування та виконання їх доходної частини. У світовій практиці переважають два альтернативних принципи формування доходів. Перший принцип – це принцип бюджетної еквівалентності, у який закладено ідею податкової справедливості щодо громадян, підприємств і жителів регіонів у цілому. Згідно з цим принципом доходи місцевих бюджетів мають відповідати податковому навантаженню на жителів регіонів, і тому можливості отримання ними суспільних благ та послуг коштом місцевих бюджетів мають зростати зі збільшенням податків на певній території.

Основними завданнями статистики бюджету є визначення його обсягу та динаміки, а також визначення структури і джерел доходів бюджету.

Самостійність місцевих бюджетів гарантують власні та закріплені за ними на стабільній основі частки загальнодержавних доходів, право самостійно визначати напрями використання коштів. Проте рівень незалежності органів місцевого самоврядування щодо використання власних надходжень є досить низьким, і тому регіони не можуть забезпечити соціально-економічний розвиток за рахунок власних надходжень.

Отже, формування місцевих бюджетів у непростих соціально – економічних умовах і при недосконалому законодавстві – досить непростий процес. Основними напрямками зміцнення фінансової незалежності місцевого самоврядування повинно стати: створення бюджетної системи та міжбюджетних взаємовідносин, що відповідатимуть розвитку місцевого самоврядування; розмежування відповідальності центральних й місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування у сфері надання державних і громадських послуг; розширення власної доходної бази місцевих бюджетів усіх рівнів та створення відповідних стимулів для нарощування доходів; запровадження системи фінансового вирівнювання та системи трансфертів, що ґрунтуються на прозорій правовій основі та об'єктивних критеріях.

Комплексний аналіз формування місцевих бюджетів показав, що питома вага доходів як у ВВП, так і в зведеному бюджеті України є невисокою та має тенденцію до зниження. Це свідчить про те, що в Україні не відбулося істотних змін у пропорціях розподілу доходів, і державний бюджет залишається основним центром концентрації фінансових ресурсів. Структуру доходів місцевих бюджетів за джерелами їх формування характеризувала висока питома вага бюджетних трансфертів, що є свідченням значної фінансової залежності органів місцевого самоврядування. Власні джерела надходжень місцевих бюджетів залишаються незначними. Показником зростання залежності місцевих бюджетів від державного бюджету є зростання обсягу трансфертів. Збільшення частки місцевих бюджетів у ВВП створить умови для фінансової незалежності органів місцевого самоврядування.

Література

1. Лазутіна Л.О. Джерела формування місцевих бюджетів сільських територій в умовах децентралізації / Лазутіна Л.О. // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Випуск 5. – С. 728–732.
2. Луніна І.О. Державні фінанси та реформування міжбюджетних відносин : моногр. / І.О. Луніна. – К. : Наук. думка, 2006. – 432 с.
3. Пасічник Ю.З. Бюджетна система України : [навч. посіб.] / Ю.В. Пасічник. – К. : Знання-Прес, 2006. – 607 с.

УДК 368

Слободянюк О.В., к.е.н., доцент

Одеський торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

**КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ СТРАХУВАННЯ В ЄС: РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ
УКРАЇНИ**

Одним із завдань економічної інтеграції країн ЄС є формування єдиного страхового ринку, метою якого є забезпечення вільного просування страхових послуг, капіталу і страхових брокерів, що сприяє розвитку конкуренції і підвищенню ефективності роботи страховиків у єдиному економічному просторі.

У 1973 р. було прийнято Директиву Ради 73/239/ЄЕС «Щодо узгодження законів, підзаконних та адміністративних положень стосовно започаткування та ведення діяльності прямого страхування, іншого, ніж страхування життя» [1], у 1977 р. - Директиву ЄС з контролю за платоспроможністю компаній загального страхування, а 1 січня 1978 р. було введено класифікацію видів страхування. Вона встановлює 7 класів довгострокового страхування (життя і пенсій) і 18 класів загального страхування. Поділ страхування на обов'язкове та добровільне в кравідсутній.

Перша група видів страхування має назву „Життя” (Life), друга не – Життя (Non – Life).

Перша група об'єднує довгострокові договори страхування, які не лише задовольняють потреби страхувальників у страховому захисті, а й здатні забезпечити їхні інвестиційні інтереси, тобто передбачають нагромадження й капіталізацію страхових внесків. Такі договори охоплюються поняттям «Life assurance» – «страхування життя» і пов'язані з індивідуальним страхуванням життя, страхуванням дітей до повноліття і вступу в шлюб, страхуванням додаткової пенсії тощо. Оскільки за договорами страхування життя, які укладаються на термін до 30 і більше років, відповідальність страховика настає або в разі смерті застрахованої особи, або в разі дожиття нею до заздалегідь обумовленої договором події. Тому за будь-яких обставин внесені кошти повернуться застрахованій особі або її правонаступникам із інвестиційним доходом. До довгострокового страхування Життя (Life) відносяться такі види страхування:

1. Страхування життя і здоров'я.
2. Страхування до одруження і народження дитини.
3. Зв'язане довгострокове страхування.
4. Безперервне страхування здоров'я.
5. Тонтіни.
6. Страхування виплати капіталу.
7. Страхування пенсій.

Друга група договорів – це ті договори, які обслуговують потреби виключно у страховому захисті, не торкаються інвестиційних інтересів страхувальників і об'єднуються поняттям «Non-life», або «General insurance» – «не-життя», або «загальне страхування». До загальних (ризикових) видів страхування (Non-Life) відносяться такі види страхування:

1. Страхування від нещасного випадку.
2. Страхування на випадок хвороби.
3. Страхування автомобілів.
4. Страхування залізничного рухомого складу.
5. Страхування літаків.
6. Страхування суден.

7. Транспортне страхування вантажів.
8. Страхування від пожеж і стихійних лих.
9. Страхування майна.
10. Страхування цивільної відповідальності водіїв автотранспорту.
11. Страхування цивільної відповідальності власників авіакомпаній.
12. Страхування цивільної відповідальності судновласників.
13. Страхування загальної відповідальності.
14. Страхування кредитів.
15. Страхування від фінансових втрат, пов'язаних зі зловживаннями працюючих по найму.
16. Страхування від інших фінансових втрат.
17. Страхування судових витрат.
18. Страхування допомоги.

Незважаючи на єдину класифікацію видів страхування, кожна країна ЄС має свою нормативно-правову основу страхової діяльності, систему страхового нагляду, які, мають не лише спільні риси, але і безсумнівну національну специфіку: розрізняються пропонувані страхові продукти, оподаткування, умови діяльності страховиків.

Класифікація видів страхування в Україні принципово відрізняється від європейської [2, с. 98]. Закон України «Про страхування» виділяє 23 види добровільного страхування і 47 видів обов'язкового страхування [3]. Тому процес формування спільного ринку Україна - ЄС в страховому секторі не може бути швидким.

Створення єдиного страхового ринку здійснюється поступово в двох напрямках: забезпечення вільної діяльності страховиків у всіх країнах ЄС і гармонізація страхового законодавства. Керівником і координатором цієї діяльності виступає Європейський комітет зі страхування, у якому представлені всі національні союзи й асоціації страховиків.

Першими кроками формування спільного страхового ринку ЄС стали вироблення і прийняття принципів створення цього ринку, визнаних усіма його учасниками, а саме: свобода створення філій усередині країн - членів співтовариства для будь-якого його члена;

свобода поширення страхового продукту в рамках співтовариства для будь-якого його члена без обов'язкового відкриття філій;

чесна конкуренція на сумлінних і рівних умовах;

неможливість використання заборонених елементів конкуренції, наприклад самостійний вибір контрактного права і податкового режиму, що може сприяти створенню нерівних умов на території співтовариства;

єдині правила фінансових гарантій - платоспроможності і гарантійного фонду страховика;

єдина група видів страхування забезпечує уніфікацію страхових продуктів. Страхове регулювання і нагляд поширюються на всі види страхування;

єдині правила ліцензування забезпечують уніфіковані вимоги по ліцензуванню страхової діяльності на території всіх країн - членів ЄС. Видача ліцензії здійснюється для страховиків країн - членів ЄС відповідно до прийнятої класифікації видів страхування.

Таким чином, Україна потребує внесення змін до національного законодавства із метою його адаптації до вимог ЄС.

Література

1. Перша Директива Ради 73/239/ЄЕС «Щодо узгодження законів, підзаконних та адміністративних положень стосовно започаткування та ведення діяльності прямого

страхування, іншого, ніж страхування життя» від 24 липня 1973 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_281/print1452601855193329

2. Шолойко А. С. Страховий ринок України: підходи до його класифікації та періодизації / А. С. Шолойко // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. - 2014. - Вип. 200(3). - С. 94-102.

3. Про страхування: Закон України від 07.03.1996 № 85/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>

УДК 368.01.003.2

Сукач О.М., к.е.н, доцент
Сарана Л.А., к.е.н, доцент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СТРАХОВОГО РИНКУ

Функціонування конкурентоспроможного ринку страхування в Україні потребує формування якісно нової філософії управління, спрямованої на забезпечення еквівалентності інтересів всіх суб'єктів страхового процесу.

Оцінка конкурентоспроможності на страховому ринку здійснюється на основі визначення схильності страхових компаній реагувати на процеси, що відбуваються у суспільстві. На сучасному етапі для компаній вагомим значення набуває не лише розширення послуг, але й утримання клієнтів пропонуючи їм «програми лояльності», що спонукатимуть клієнтів незмінно користуватися їх послугами.

Основні чинники, що впливають на рівень конкуренції в галузі представлені в табл.

1.

Таблиця 1. Фактори конкуренції на страховому ринку

<i>1. Ситуація в галузі</i>	<i>2. Вплив потенційних конкурентів</i>
Кількість потужних страхових компаній на ринку	Труднощі входу на галузевий страховий ринок
Коливання платоспроможного попиту	Доступ до каналів розподілу страхових продуктів
Ситуація на суміжних ринках	Галузеві переваги
Стратегії конкуруючих фірм	
Привабливість ринку даного страхового продукту	
<i>3. Вплив покупців</i>	
Статус покупців	
Значимість страхового продукту для покупця	
Стандартизація страхового продукту	

Кількість й потужність страхових компаній, що функціонують на ринку, визначають рівень конкуренції. Зміна платоспроможного попиту на страхові продукти підсилюється або послаблюється під дією конкурентів.

Стратегії конкуруючих страхових компаній, що діють на ринку, досліджуються з метою виявити відмінностей й спільних стратегічних напрямів конкурентів. Так, якщо більшість страхових компаній дотримується однієї й тієї ж стратегії, то рівень конкуренції підвищується.

Чинниками, що знижують тиск із боку появи нових конкурентів є: наявність початкового капіталу; ефективний масштаб реалізації страхового продукту тощо. Вагомий вплив на створення конкуренції на страховому ринку мають й самі покупці страхових послуг. Вплив покупців слабшає при розширенні міжгалузевого ринку, диференціації й спеціалізації продукту, координації зусиль виробників страхових продуктів, відсутності товарів-замінників. Суттєвим фактором, що визначає конкурентні переваги страхових компаній є їх платоспроможність. Так, за результатами 2014 р. було

відмічено збільшення кількості неплатоспроможних страхових компаній, що функціонували на страховому ринку України.

З метою врегулювання такого становища, на рівні державних органів влади у 2015 р. було впроваджено значні зміни щодо вимог діяльності та реєстрації страхових компаній. Так, за даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг кількість страхових компаній 2014 р. становила 361 од., зокрема 49 компаній зі страхування життя [2]. За 2015 рік кількість страховиків скоротилася на 21 од., або на 5% в порівнянні з 2014 р.

Доцільно зазначити, що страховий ринок в умовах системної кризи, що торкнулася майже всіх галузей економіки країни продемонстрував значний приріст капіталу. За підсумками 2015 р. страхові компанії отримали від своїх клієнтів 30,3 млрд грн., що на 13,4% більше, ніж за 2014 р. Страхові виплати за той же період збільшилися на 60% – до 8 млрд грн. (7,6 млрд грн. – виплати за договорами non-life (ризикове страхування), 0,48 млрд грн. – за договорами life-страхування). Негативним стало скорочення загальних активів страховиків на 13,6% до 60,7 млрд грн. Зокрема, активи non-life-страховиків зменшилися на 10,4 млрд грн., до 50,5 млрд грн. Проте активи сектора страхування життя в непростій економічній ситуації збільшилися на 870 млн грн., до 10,1 млрд грн. [1].

Отже, ситуація, що склалась на вітчизняному страховому ринку, характеризується певними позитивними змінами, у напрямі регулювання, що дозволяє з більшою точністю оцінювати переваги певної страхової компанії. Кожний з факторів, що характеризують конкуренцію на ринку, оцінюється експертами за бальною шкалою.

Для обліку відносної значимості різних факторів конкретної «ваги» конкретного з них визначається безпосередньо під час здійснення аналізу [2].

Отримана в такий спосіб оцінка фактору та величини впливу кожної із складових конкуренції на ринку являє собою середньозважений бал, що доцільно обчислювати за формулою:

$$R = \sum k \times \frac{\sum t}{n}$$

де: R – рівень конкуренції на страховому ринку; $\sum k$ – сума вагових коефіцієнтів; $\sum t$ – бальна оцінка експерта вагового коефіцієнта та чинника впливу на нього; n – кількість експертів;

На підставі отриманого середньозваженого балу здійснюють висновки:

якщо $R < 20$, то конкуренція на ринку низька;

якщо $20 < R < 40$, то конкуренція на ринку є середньою;

якщо $R > 40$, то конкуренція на ринку є значно високою.

На основі отриманих даних керівництво компанії має розробити систему заходів щодо утримання на ринку та залучення додаткових клієнтів.

Отже, страхування, як сектор економічної системи, суттєво впливає на соціально-економічну стабільність суспільства та безпосередньо пов'язане з питаннями фінансової безпеки країни. У свою чергу, розвиток страхового ринку є похідною соціально-економічного розвитку країни, що забезпечується здоровою конкуренцією на ринку.

З метою подальшого розвитку страхового ринку та стабільної діяльності страхових компаній доцільно:

- сприяти підвищенню добробуту громадян;
- забезпечити зростання рівня капіталізації страхових компаній, та їх фінансову стійкість, плато- і конкурентоспроможність, стимулювати інвестиційну привабливість;
- розвивати інфраструктуру страхового ринку;

- підвищити прозорість страхового ринку тощо.

Література

1. <http://uainsur.com/our-news/> – Сайт Ліги страхових організації України.
2. Річні звіти Нацкомфінпослуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nfp.gov.ua/content/rzviti-nackomfinposlug.html>.

УДК 336.2.

Товстопят Л.М., к.і.н, доцент

Кузнецова Л.В., ст. викладач

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

В Україні відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, регулює Податковий кодекс України, який також визначає їх вичерпний перелік та порядок адміністрування.[3] Згідно вимог п. 6.3. ст. 6 Кодексу сукупність загальнодержавних та місцевих податків та зборів, що справляються в установленому ним порядку, становить податкову систему України. [3]

Слід зауважити, що в сучасних умовах в Україні структура податків не є оптимальною, а доволі складна та певною мірою нестабільна нормативно –правова база оподаткування призводить до неефективності функціонування податкової системи, що в свою чергу впливає на повноту надходжень податків і зборів до бюджетів. Внаслідок недостатнього наповнення коштами Державного бюджету хронічно виникає значний його дефіцит, який у значній мірі викликаний, зокрема неналежним використанням податкової бази. На наш погляд, необхідно, змінити існуючий підхід держави до оподаткування та законодавчо забезпечити дієвість принципу податкової системи, викладеного в п.4.1.5. статті 4 Кодексу, а саме: фіскальна достатність – встановлення податків та зборів з урахуванням необхідності досягнення збалансованості витрат бюджету з його надходженнями.[3]

Вважаємо, що вкрай необхідним є усунення такого недоліку податкової системи, як недотримання в державі принципу стабільності, закріпленого у пп. 4.1.9 ст.4 Кодексу, що забороняє змінювати будь-які елементи податків та зборів пізніше ніж за шість місяців до початку нового бюджетного року, а ставки податків і зборів – протягом бюджетного року. [3] Проте в порушення цієї вимоги, зокрема законом від 20.11.12 №5503 – VI, в Україні встановлено нові ставки акцизного податку з 01.04.13, тобто протягом 2013 року.[5]

В сучасних умовах податки в Україні виконують переважно фіскальну функцію, тому наступними проблемами, які потребують розв'язання, є зміна ставок податків і зборів, приведення їх структури до оптимальної та забезпечення послідовності щодо виконання законодавчо затверджених норм. Нині ж має місце недотримання вимог Перехідних положень Кодексу щодо зниження ставки податку на додану вартість у 2014 році до 17 відсотків, що знайшло своє відображення у Законі України № 713-VII від 19.12.2013 «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставок окремих податків», яким залишено на 2014 рік ставку ПДВ на рівні 20 відсотків.[6] Це призвело до негативного впливу на бізнес, який розраховував на законодавчі зміни ставки цього платежу.

Суттєвим недоліком чинної податкової системи є те, що не дотримується ст.13 Кодексу, яка визначає принцип усунення подвійного оподаткування.[3] Так, згідно ст.172 Кодексу доход громадянина оподатковується податком з доходів фізичних осіб від операцій з продажу (обміну) об'єктів нерухомого майна. Разом з тим положення

Декрету КМУ «Про державне мито» (ст. 3), теж передбачає справляння такого платежу як державне мито, за посвідчення договорів відчуження об'єктів нерухомого майна, що перебувають у власності громадянина.[7] Тобто наявне подвійне оподаткування, хоча формально державне мито винесене за межі системи оподаткування і є неподатковим платежем.

Недосконалою, на думку автора, є норма викладена в ст. 265 Кодексу щодо податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки. Положення цієї статті слід змінити, оскільки наявна її редакція дає можливість власникам крупних об'єктів нерухомості ухилитися від сплати податку через формальне призначення частини площі будівель, як не житлове, а допоміжне тощо. [3]

Вважаємо, що потребує невідкладного розв'язання така нагальна проблема як відсутність системності у наданні податкових пільг. Наприклад, положення глави 2 розділу XIV Кодексу про фіксований сільськогосподарський податок дає можливість отримувати необґрунтовану пільгу таким категоріям сільськогосподарських підприємств, як птахофабрики, що мають рентабельні виробництва. [3] Причиною цього є те, що для всіх сільськогосподарських товаровиробників Кодексом передбачено однаковий підхід у нарахуванні фіксованого сільськогосподарського податку – з одиниці площі використовуваної земельної ділянки у відсотках від її нормативної грошової оцінки. Тобто не враховується те, що птахофабрики мають у користуванні землі, які не є основним засобом виробництва кормів та продукції, як наприклад, сільськогосподарські товариства, фермерські господарства тощо. Вважали б доцільним внести зміни до статті 302.1 глави 2 «Фіксований сільськогосподарський податок» Кодексу, виклавши його в такій редакції: «Об'єктом оподаткування податком для сільськогосподарських товаровиробників, крім птахофабрик, є площа сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду, що перебуває у власності чи користуванні товариств, фермерських господарств, в тому числі на умовах оренди ». П. 303.1 ст. 303 Кодексу доповнити таким положенням: «Податковою базою для птахофабрик визнається грошове вираження прибутку, як об'єкта оподаткування, визначеного згідно зі ст. 134 Кодексу «Податок на прибуток підприємств». Очікуваний результат – зміцнення дохідної частини місцевих бюджетів, реалізація на практиці принципів рівності усіх платників перед законом, фіскальної та соціальної справедливості, недопущення будь-яких проявів податкової дискримінації.

Слід звернути увагу на те, що недостатньо обґрунтованим є положення Кодексу щодо обмеження прав органів місцевого самоврядування стосовно надання пільг платникам податків з місцевих податків і зборів. Так, згідно п. 12.3.7 ст.12 Кодексу не дозволяється сільським, селищним, міським радам встановлювати індивідуальні пільгові ставки місцевих податків та зборів для окремих юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців і фізичних осіб або звільняти їх від сплати таких податків та зборів.[3] В той же час по інших платежах, як наприклад, земельний податок, згідно п. 282.1.9 ст.282 Кодексу пільги підприємствам, установам, організаціям фізкультурно-спортивної спрямованості можуть надаватися згідно переліку, який затверджується Кабінетом Міністрів України.[3] Тобто є певна невідповідність в тому, що органам законодавчої влади встановлені обмеження щодо надання податкових пільг, а органу виконавчої влади надано повноваження для так званого «ручного управління». Це суперечить принципам Кодексу, викладеним у п.4.4 ст.4 щодо установа пільг, яке здійснюється лише Верховною радою України, сільськими, селищними, міськими радами у межах їх повноважень. [3]

Доцільним, на наш погляд, є законодавче розширення повноважень місцевих рад для ефективного функціонування податкової системи. А саме : необхідно мати більше

можливостей впливати на збільшення обсягів мобілізації доходів місцевих бюджетів. Статтею 28 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» визначено делеговані повноваження органів місцевого самоврядування зі здійснення контролю за зобов'язаннями з платежів до місцевих бюджетів у суб'єктів господарювання. [4] Проте, цього недостатньо для здійснення місцевими радами заходів у визначенні податкової бази, обґрунтування податкового навантаження та впливу на платників щодо забезпечення повноти оподаткування. Тому для більшої дієвості податкової системи та зміцнення ролі місцевих рад у формуванні місцевих бюджетів, вважаємо доцільним чітке законодавче закріплення бюджетних повноважень місцевої влади щодо її впливу на платників податків.

Потребує, на нашу думку, законодавче закріплення порядку справляння місцевих податків, у разі якщо сільська, селищна або міська рада не прийняла рішення про встановлення тих місцевих податків та зборів, що є обов'язковими згідно з нормами Кодексу. Згідно п.12.3.5. ст.12 Кодексу такі податки та збори справляються виходячи з його норм із застосуванням мінімальної ставки місцевих податків та зборів.[3] Проте нині відсутній чіткий механізм такого справляння. Тому на підставі лише положень Кодексу податкові органи не можуть правомірно стягувати зазначені місцеві податки та збори, оскільки не будуть достатньо уповноваженими без рішення рад.

На основі викладеного, вважаємо, що реформування податкової системи України, як шлях до її вдосконалення повинно відбуватися з урахуванням тенденцій розвитку систем оподаткування у країнах-сусідах та членах ЄС, впливом міжнародної податкової конкуренції, і тому потребують координації національної податкової політики.

Література

1. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/254к/96-вр>.
2. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/2542-14>.
3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/2755-17>.
4. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/280/97>.
5. Закон України від 20.11.2012 № 5503-VI «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо перегляду ставок деяких податків і зборів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/280/97>.
6. Закон України № 713-VII від 19.12.2013 «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставок окремих податків» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/280/97>.
7. Декрет Кабінету Міністрів України № 7 – 93 від 21.01.93 «Про державне мито» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/280/97>.

УДК 657:334.73

Цебень Р.Л., к.е.н., доцент

Хмельницький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ІННОВАЦІЇ

Економічний розвиток України в умовах економічної кризи може забезпечити стрімка активізація інноваційних процесів в нашій державі. Підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг, зміцнення позицій на існуючих ринках і відкриття нових неможливе без інвестицій у інновації. Це забезпечить економічний розвиток в умовах економічної кризи, оскільки інновації стають важливою умовою

підвищення якості продукції, створення нових якісних товарів і послуг, стають головним засобом ресурсозбереження та конкурентоспроможності українських підприємств.

Вирішення проблеми розвитку та економічного зростання підприємств неможливе без належного відображення їх у бухгалтерському обліку та використання відповідної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень. Тому питання належного відображення витрат на інноваційні дослідження і розробки у бухгалтерському обліку має важливе теоретичне та практичне значення та свідчить про актуальність теми дослідження.

Економічні ресурси є вичерпними, отже важливим джерелом економічного зростання мають стати наукові дослідження і розробки, тобто інновації. В економічній літературі термін "інновація" інтерпретується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, який втілюється в нових продуктах і технологіях. Інноваційний продукт характеризується вищим технологічним рівнем, новими споживчими якостями товару або послуги порівняно з попереднім продуктом. За змістом чи внутрішньою структурою розрізняють інновації технічні, економічні, організаційні, управлінські та ін. Виокремлюють такі ознаки, як масштаб інновацій (глобальні та локальні); параметри життєвого циклу; закономірності процесу впровадження.

Вчені по-різному трактують це поняття залежно від предмета та об'єкта свого дослідження. Наприклад, Б. Твісс визначає інновацію як процес, у якому винахід або ідея набувають економічного змісту. Ф. Ніксон вважає, що інновація – це сукупність технічних, виробничих і комерційних заходів, що спричинюють появу на ринку нових товарів, поліпшених промислових процесів та устаткування.

Відповідно до міжнародних стандартів, інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, який дістав втілення у вигляді нового або удосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, що знайшов використання у практичній діяльності.

На цих же засадах дано визначення інновацій у Законі України «Про інноваційну діяльність», а саме, як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1].

В свою чергу, інноваційний продукт - результат науково-дослідної і (або) дослідно-конструкторської розробки, що відповідає вимогам, встановленим цим Законом [1].

Інноваційна діяльність включає:

- 1) випуск та розподіл принципово нових видів техніки і технологій;
- 2) прогресивні міжгалузеві структурні зрушення;
- 3) реалізацію довгострокових науково-технічних програм з тривалими термінами окупності витрат;
- 4) фінансування фундаментальних досліджень з метою здійснення якісних змін у системі продуктивних сил країни;
- 5) розробка та впровадження нових ресурсозберігаючих технологій, які спрямовані на покращення економічного та екологічного стану.

За даними Держкомстату України, кількість підприємств, які займалися інноваційною діяльністю, в 2004 р. становила – 1705, в 2005 р. – 1697, в 2006 р. – 1808. Отже кількість підприємств що займаються інноваційною діяльністю в Україні постійно зростає.

Інноваційний цикл охоплює весь комплекс відносин виробництва та споживання і

являє собою період від народження ідеї до її комерційної реалізації. Він включає такі основні етапи:

- дослідження;
- розробку;
- підготовку до виробництва;
- виробництво;
- реалізацію.

Облік інноваційної діяльності доцільно побудувати за такими принципами:

1. Виокремлення інноваційної продукту як об'єкта бухгалтерського обліку з урахуванням його властивостей.
2. Відображення інновацій на рахунках бухгалтерського обліку як кількісно визначених і відокремлених об'єктів.
3. Накопичення на рахунках бухгалтерського обліку витрат на інновації.
4. Відображення інформації про витрати на інновації у фінансовій звітності підприємства.

Необхідно зазначити, що структура витрат на інноваційні процеси є досить різноманітною, на це впливає склад інноваційних програм і проектів. Я.Крупка виділяє такі основні напрями здійснення інноваційних проектів:

- інноваційні програми капітального характеру;
- інноваційні проекти, пов'язані з операційною діяльністю [2].

Залежно від напрямку здійснення інноваційних проектів необхідно використовувати відповідну методика їх обліку.

Інновації капітального характеру здійснюються у процесі інвестиційної діяльності як капітальні вкладення у необоротні матеріальні та нематеріальні активи. Такі витрати обліковуються на рахунку «Капітальні інвестиції» із наступним переведенням до складу основних засобів та нематеріальних активів.

Фінансова складова інноваційних проектів може включати кілька напрямів:

- власні кошти підприємства;
- довгострокові кредити банків;
- кошти державного та місцевого бюджетів.

У випадку отримання кредитних ресурсів виникає потреба у врахуванні отриманих кредитних ресурсів, банківських відсотків та погашення кредитів.

Крім того, інноваційні проекти можуть бути пов'язані з поліпшеннями основних засобів та нематеріальних активів. В даному випадку необхідно або капіталізувати понесені витрати, або включати їх до витрат періоду залежно від економічних вигод. Як правило, витрати інноваційного характеру призводять до збільшення економічних вигод у майбутньому, тому їх необхідно капіталізувати.

Необхідно відмітити, що відсутній окремий законодавчий документ, який регламентує облік інноваційного циклу підприємства. У випадку дослідження та розробок інновацій, які за своєю сутністю є нематеріальними активами, необхідно використовувати П(С)БО 8 «Нематеріальні активи». Крім того необхідно користуватися Типовим положенням з планування, обліку калькулювання собівартості науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, затвердженим Постановою КМУ № 830 від 20.07.1996р. Але зазначені нормативні документи не враховують специфіки інноваційної діяльності. Так, П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» містить методика обліку досліджень та розробок, а класифікація нематеріальних активів не містить окремо виділених інноваційних продуктів.

П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» містить визначення «досліджень» та «розробок», в той же час вони не дають чіткого розуміння, які витрати відображаються як витрати

поточного періоду, а які відносяться на збільшення нематеріальних активів.

На етапі дослідження проекту суб'єкт господарювання не може продемонструвати існування нематеріального активу, який генеруватиме ймовірні майбутні економічні вигоди. Тому ці видатки визнаються як витрати на час їх понесення.

Якщо суб'єкт господарювання не може виділити етап досліджень від етапу розробок, необхідно керуватися принципом обачності та трактувати такі витрати як витрати на дослідження. Крім того, П(С)БО 8 висуває вимоги, за яких розробки визнаються нематеріальними активами, а саме:

- є намір, технічна можливість та ресурси для доведення нематеріального активу до стану, в якому він придатний до реалізації або використання;

- є можливість отримання майбутніх економічних вигод від реалізації або використання нематеріального активу;

- є інформація для достовірного визначення витрат, пов'язаних з розробкою нематеріального активу [3].

Практика показує, що зазначені критерії не відрізняються чіткістю. Так, технічна можливість та наявність ресурсів для доведення нематеріального активу до стану, придатного для використання є доволі чітким критерієм, а критерій отримання економічних вигод у майбутньому не має однозначного трактування.

На етапі розробок суб'єкт господарювання іноді може визначити нематеріальний актив та продемонструвати, що цей актив генеруватиме ймовірні майбутні економічні вигоди. Це відбувається тому, що етап розробок проекту є більш просунутий порівняно з етапом досліджень. Більш того, необхідно відмітити, що законодавством не встановлено форм звітності, які б стосувалися інноваційних проектів.

Інноваційна діяльність має важливе значення для розвитку економіки України. Законодавчі документи, за якими ведеться облік та розкривається інформація щодо інноваційних витрат потребують доопрацювання. Напрямок подальших досліджень може бути розробка комплексу законодавчих документів, які б враховували особливості обліку та звітності у сфері інноваційної діяльності, що покращить прийняття ефективних управлінських рішень користувачами бухгалтерської інформації.

Література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність в Україні» від 04.02.2002 року №40 –IV// <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40-15>.
2. Крупка Я. Варіанти обліку інноваційних процесів в Україні / Я.Крупка // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. - №5. – С.11-18.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи», затверджено Міністерством фінансів України від 18.10.99 №242 // <http://zakon.rada.gov.ua>
4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи» // www.minfin.gov.ua/

УДК 657:336.14

Черненко К.В., к.е.н., ст. викладач
Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

На сучасному етапі розвиток суспільного виробництва забезпечує безперервне зростання національного доходу країни, що впливає на щорічне зростання обсягу доходів та видатків Державного бюджету, який не може бути забезпечений без правильної організації бюджетного обліку.

За допомогою бюджетного обліку здійснюється безпосередній контроль за процесом

виконання бюджету, ефективним і економним використанням бюджетних коштів.

Фінансово-господарська діяльність бюджетних установ як суб'єктів господарювання характеризується рядом особливостей, які впливають на побудову бухгалтерського обліку. Бюджетні організації функціонують на правах державної власності. Таке положення визначає порядок придбання цінностей за державні кошти, формування власного капіталу як основи для початку та подальшого ведення діяльності. Також бюджетні установи належать до неприбуткових організацій, метою діяльності яких є не отримання прибутку, а надання нематеріальних послуг, тому отримання негативного результату може також розглядатися як результат. У процесі надання цих послуг бюджетні організації здійснюють видатки, які за економічним змістом відрізняються від витрат суб'єктів підприємницької діяльності. Під видатками розуміють державні платежі, що не підлягають поверненню, тобто такі, що не створюють і не компенсують фінансові вимоги. Бюджетні організації не наділяються оборотними коштами, їх фінансове становище визначається своєчасністю і повнотою надходження асигнувань з відповідних бюджетів чи оплатою рахунків згідно з прийнятими зобов'язаннями [3, с. 52].

Бюджетні установи є первісною ланкою бюджетної системи країни і беруть участь у виконанні дохідної та видаткової частини бюджету відповідно до утвердженого кошторису.

Основним і найскладнішим видом бюджетної діяльності є процес надання нематеріальних послуг. Він супроводжується витратами матеріальних і фінансових ресурсів, таких як нарахування та виплата заробітної плати, придбання та використання основних засобів, запасів. Унаслідок цього виникають і нагромаджуються видатки, порівняння яких з доходами визначає результат бюджетної установи за звітний період.

Бухгалтерський облік у бюджетних установах як система контролю за наявністю і рухом бюджетних коштів виконує управлінську, контрольну та інформаційну функції, має свій предмет.

Бюджетні установи не мають своїх оборотних коштів і покривають свої витрати (видатки) за рахунок бюджетних коштів (доходи загального та спеціальних фондів). Доходи загального фонду бюджетної організації формуються за рахунок загального фонду, а спеціального фонду - за рахунок власних надходжень бюджетних установ.

План рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ призначено для відображення у бухгалтерському обліку господарських операцій установ та організацій, основна діяльність яких здійснюється за рахунок коштів державного та/або місцевих бюджетів. Він побудований так, що забезпечує окремий облік доходів і видатків на всіх етапах їх формування [2, с. 59].

В основу групування рахунків у цьому плані покладено економічний зміст господарських засобів і особливостей господарських процесів, що обліковується на окремих рахунках. Відповідно до цього у плані рахунків виділено 8 класів балансових та один (клас 0) позабалансовий рахунок.

Державним казначейством України періодично вносяться зміни та доповнення у дійсний План рахунків.

В Україні існує державне регулювання бухгалтерського обліку у бюджетних установах. Основними нормативними документами, відповідно до яких організовується облік у бюджетних установах, є Бюджетний кодекс України, затверджений Верховною Радою України.

Своєчасне, повне та достовірне відображення в балансі установи всіх операцій дає змогу обґрунтувати управлінські рішення, аналізувати роботу установи, контролювати цільове використання коштів на основі затвердженого кошторису.

Ведення бухгалтерського обліку, здійснення контролю за виконанням кошторисів, складання звітності в бюджетних установах покладається на бухгалтерію, яка є самостійною службою і має відповідну структуру. У бюджетних установах існують дві організаційні форми обліку: бухгалтерії окремих установ та централізовані бухгалтерії.

Зазвичай, самостійні бухгалтерії мають великі установи і заклади: вищі навчальні заклади, науково – дослідні інститути, лікарні тощо [1, с. 423-424].

Централізовані бухгалтерії – найбільш поширена форма організації обліку у бюджетних установах. вони виконують усі функції з обліку та звітності бюджетних установ, які вони обслуговують.

Бюджетний облік у закладах та організаціях відрізняється від обліку госпрозрахункових підприємств. При цьому проблеми ведення бухгалтерського обліку неоднорідні, оскільки визначаються конкретним видом діяльності: охорона здоров'я та народна освіта, культура, соціальний захист населення.

Таким чином, облік у бюджетній організації є одним із важливих галузевих обліків в Україні.

Література

1. Гнатенко І.В. Перспективи розвитку бухгалтерського обліку у бюджетних установах / Гнатенко І. В. // Держава та регіони. – 2006. – №4. – С.424-423.
2. Нестецький С. В. Роль і завдання бухгалтерського обліку в управлінні бюджетними установами. / Нестецький С. В.// Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – №12. – С.59-60.
3. Сапожніков В. Б. Організація обліку і контролю виконання фінансування в бюджетних і наукових установах /Сапожніков В. Б.// Інвестиції: практика та досвід. – 2009 – №6. – С.52.

УДК 336.7

Барабан Л.М., ст. викладач

*ДВНЗ «Університет банківської справи»
Черкаський навчально-науковий інституту*

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Банківські установи є потужними інфраструктурними учасниками фондового ринку і виступають у ролі емітентів, інвесторів, фінансових посередників. Специфіка діяльності банків на вітчизняному фондовому ринку в основному обумовлена економічною ситуацією, що склалася в країні, стабільністю самої банківської системи, розвиненістю фондового ринку, а також історичними та трансформаційними реаліями економічних перетворень в Україні. В умовах кризи економіки вкладення в фінансові активи мають важливе значення, а активна інвестиційна діяльність банків є запорукою успішного розвитку держави.

Вагомий внесок у дослідження проблем діяльності банківських установ на фондового ринку зробили такі українські науковці, як Ю. В. Кравченко, О. Д. Вовчак, Б. Луців, О. В. Дзюблук,, І. Савлук, А. А. Пересада та інші.

Метою дослідження є оцінка інвестиційної складової діяльності банківських установ на фондовому ринку України.

Аналізуючи динаміку вартості цінних паперів у інвестиційних портфелях банків за період з 2009 по 01.10.2015 р. (рис. 1), можна виділити періоди зміниакцентів інвестиційної діяльності банків на фондовому ринку.

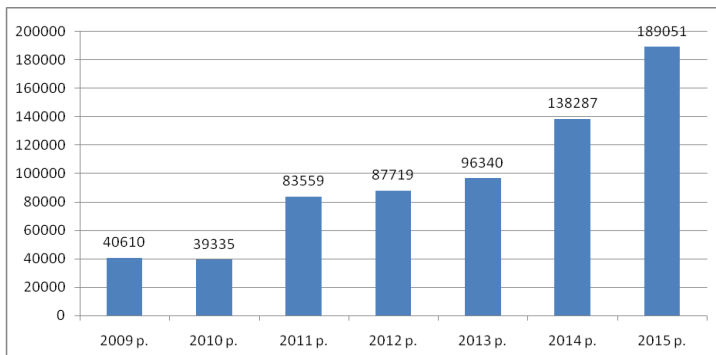


Рис. 1. Вартість портфеля цінних паперів вітчизняних банків у 2009-2015 рр., млн. грн.

(складено автором за даними сайту НКЦПФР)

Перший період з 2009 р. по 2010 р, де обсяги банківських вкладень демонстрували більш стабільну динаміку зростання. Другий період (2011-2013 рр.) характеризувався нарощенням інвестиційних вкладень майже в три рази порівняно з попередніми періодами. Третій період з 2014 і до 2015 р. спостерігалася позитивна динаміка збільшення обсягів вкладень, а станом на 01.10.2015 р. показник сягнув найбільшого значення за весь період діяльності банків на фондовому ринку і склав 189 051 млн. грн., що на 44,33 % більше за попередні періоди. Не дивлячись на складну політичну та економічну ситуацію в країні, фондовий ринок демонструє позитивну динаміку. Таку ситуацію можна пояснити прагненням банків до пошуку нових джерел доходів, відмінних від традиційних банківських операцій, а також необхідністю диверсифікації активів вітчизняних банків. Реформа банківської системи і нові вимоги Національного банку до капіталу банків, також вплинули на активність та динаміку фондового ринку.

Досліджуючи інвестиційну складову в загальних активах банків України (табл.1), можна стверджувати, що питома вага цінних паперів у загальних активах банків складає близько 32 %, а політика покриття дефіциту державного бюджету шляхом випуску ОВДП та опосередкованого випуску (через державні банки) суверенних цінних паперів Національним банком України, незважаючи на певну підтримку ліквідності фондового ринку, дає розвиток інфляційним процесам в країні. В цілому, важливу роль у відновленні економіки в довгостроковій перспективі повинен відігравати корпоративний сегмент цінних паперів. Банківські установи вкладають кошти в державні боргові інструменти і зовсім мало фінансують реальний сектор економіки.

Таблиця 1. Інвестиції у цінні папери у розрізі груп банків станом на 01.10.2015 р.

Групи банків	Банків у групі	Активи банків, тис грн.	Вкладення в цінні папери, тис грн.	Питома вага цінних паперів в активах, %	Інвестиції в середньому на 1 банк, тис грн.
I	7	915 652 012	126 544 763	13,82	8436317,53
II	17	190 819 387	11 348 476	5,95	667557,40
III	22	84 117 121	6 294 771	7,48	286125,97
IV	112	121 766 671	5 705 169	4,69	50939,01
Всього	166	1 312 355 191	149 893 179	31,94	902970,96

Складено автором за даними фінансової звітності банків України [2]

Таким чином, дослідження діяльності банківських установ на фондовому ринку продемонструвало, що, в цілому банки мають потужний потенціал інвестиційного розвитку. Однак на даний час він не може бути реалізований повністю, що є результатом впливу чисельних негативних чинників, а саме: низький рівень капіталізації, ліквідності та волатильності ринку, обмежена кількість ліквідних та інвестиційно привабливих фінансових інструментів; низький рівень використання різних форм фондових деривативів; низький рівень гарантії повернення іноземних інвестицій; незадовільний рівень інформованості та фінансової грамотності населення про діяльність фондового ринку і банківських установ зокрема.

Література

1. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ssmc.gov.ua>
2. Офіційний сайт Національного банку України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

УДК 631.162.

Гусякова Н.О., викладач

Брацлавського агроекономічного коледжу ВНАУ

АГРАРНІ РОЗПИСКИ – ДІЄВИЙ МЕХАНІЗМ КРЕДИТУВАННЯ АПК

Маючи одні з найкращих сільськогосподарських земель у світі, Україна є провідним виробником соняшника, пшениці, сої, кукурудзи та іншої сільгосппродукції. Аграрний сектор є одним з ключових секторів економіки. За даними Світового банку, внесок аграрного сектора в ВВП становить приблизно 17%, до державного бюджету 11%, на рахунок сектора припадає 28% загального експорту. Щоб досягти певного успіху сільгоспвиробники потребують постійно залучення фінансових ресурсів.

Невигідні умови кредитування є великою проблемою для малих та середніх агровиробників в Україні. В якості альтернативи традиційним фінансовим інструментам прийшов новий механізм – аграрні розписки. Цей інструмент дешевий і простіший в адмініструванні порівняно з банківським кредитуванням, вексельним фінансуванням та товарними кредитами, які донедавна були чи не єдиним джерелом залучення фінансів АПК.

Аграрна розписка – це товаророзпорядчий документ, що фіксує безумовне зобов'язання боржника, яке забезпечується заставою, здійснити поставку сільськогосподарської продукції або сплатити грошові кошти на визначених у ньому умовах. Основним завданням яких є отримання ресурсів вже сьогодні для ведення сільськогосподарської діяльності.

Є два види аграрних розписок: *товарні*, зобов'язання за якими повинні виконуватися поставкою відповідної сільськогосподарської продукції і *фінансові*, зобов'язання за якими виконуються шляхом оплати обумовленої грошової суми. Використання аграрних розписок має безумовні економічні переваги як для сільськогосподарських товаровиробників, так і для постачальників добрив, засобів захисту рослин, насіння, палива. Зокрема, товарна аграрна розписка дозволяє сільгоспвиробнику фінансувати виробництво сільськогосподарської продукції за рахунок продажу врожаю до його фактичного збору і знімає ризик зниження ціни на продукцію, оскільки його зобов'язання фіксується в кількості товару, а не в грошовому вираженні. У той же час фінансові аграрні розписки дозволяють постачальникам забезпечувати виконання зобов'язань за поставлений сільгоспвиробнику товар майбутнім урожаем. Крім того, товарні аграрні розписки фактично дозволяють бартерні

розрахунки між сільгоспвиробниками та постачальниками продукції.

Аграрні розписки *видаються лише особами, які мають право власності* на земельну ділянку сільськогосподарського призначення *або право користування* такою земельною ділянкою на законних підставах для здійснення виробництва сільськогосподарської продукції. Якщо право власності на земельну ділянку належить двом і більше співвласникам або право користування належить двом і більше користувачам, аграрні розписки видаються ними спільно. Особи, які спільно видали аграрну розписку, несуть солідарну відповідальність за невиконання своїх зобов'язань. Перехід права власності чи права користування земельною ділянкою не зупиняє дію вказаної в аграрній розписці застави майбутнього врожаю. Аграрні розписки видаються окремо на кожен вид сільськогосподарської продукції, визначений родовими або індивідуальними ознаками (вид і клас зерна, клас м'ясної продукції тощо). Крім того, товарна аграрна розписка може видаватися на кожен погоджений боржником і кредитором обсяг поставки узгодженої сільськогосподарської продукції).

Для того, щоб аграрні розписки мали юридичну силу, *справжність підпису особи на них має бути засвідчена нотаріально*. Всі дії з аграрними розписками в подальшому супроводжуються написами на бланках: на них фіксуються відступлення аграрних розписок кредиторами, передача розписок у заставу, отримання банківських гарантій, виконання розписок боржником, отримання від боржника повного або часткового виконання. Також, при засвідченні справжності підпису особи на аграрній розписці нотаріус перевіряє відсутність обтяження за відомостями, що містяться в Державному реєстрі обтяжень рухомого майна. Відомості про аграрну розписку в момент засвідчення справжності підпису особи нотаріусом вносяться до Реєстру аграрних розписок особою, яка вчиняє нотаріальні дії. На день видачі аграрної розписки майбутній врожай сільськогосподарської продукції не може перебувати в інших заставах. Аграрна розписка вважається виданою з дня її реєстрації у Реєстрі аграрних розписок. *Реєстр аграрних розписок* – це єдина інформаційна система, що містить відомості про обов'язкові реквізити виданих та погашених аграрних розписок. Держателем Реєстру аграрних розписок є Міністерство аграрної політики та продовольства України. Зазначений орган наділяє осіб, які вчиняють нотаріальні дії, повноваженнями реєстраторів Реєстру аграрних розписок, які надаватимуть послуги із внесення записів до Реєстру аграрних розписок. Інформація з Реєстру аграрних розписок надається безкоштовно.

Не виконання боржником своїх зобов'язань за аграрною розпискою надає можливість кредитору отримати виконавчий документ у позасудовому порядку – шляхом використання виконавчого напису нотаріуса, що істотно скорочує процедуру примусового стягнення боргів із недобросовісних боржників. Таким чином, кредитори уникають необхідності доводити обґрунтованість своїх вимог у ході судового розгляду спорів, що значно прискорює звернення стягнення на предмет застави, а також позбавляє необхідності сплачувати кошти, пов'язані з вартістю судового процесу. Документ складають у двох примірниках, один з яких зберігається у справах особи, яка вчиняє нотаріальні дії з їх посвідченням та реєстрації, а другий примірник передається кредитору за аграрною розпискою.

Аграрна розписка вводить нові фінансові ресурси для нових учасників. Вона більш ліквідна, адже під розписку здійснюється поставка товарів міжнародних компаній, що в кінцевому результаті збільшить вал якісної продукції і виключить використання дешевих аналогів насіння чи засобів захисту рослин.

Домовляючись з фермером про його фінансування компанія кредитор фіксує, яке насіння та добрива він повинен використовувати. Кредитор може інспектувати поля,

переконуючись, що технологія дотримується, а у разі порушення скласти акт для його усунення.

Механізм українських аграрних розписок базується на так званих розписках CPR – Gedula de Produto Rural, запроваджених у Бразилії у 1994 році.

Враховуючи викладене, необхідно зробити висновок, що існування механізму аграрних розписок є реальною альтернативою банківському кредитуванню у залученні коштів в аграрну сферу України. Аналогічну практику стосовно впровадження аграрних розписок використовують інші країни світу, досвід яких дуже успішний.

Література

1. Закон України «Про аграрні розписки» № 5479-6 від 6.11.12 із змінами та доповненнями.
2. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження порядку ведення Реєстру аграрних розписок» від 17.07.13 № 665.
3. Наказ міністерства аграрної політики та продовольства України і Міністерства юстиції України № 332\1627\5 від 1.09.2015 р. «Про запровадження пілотного проекту з відпрацювання технології введення в обіг аграрних розписок».

УДК 368.5

Сременко І.В., аспірант, викладач

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

АНАЛІЗ КЛАСИФІКАЦІЇ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

Страховання - це вид цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів фізичних осіб та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством, за рахунок грошових фондів, що формуються шляхом сплати фізичними особами та юридичними особами страхових платежів (страхових внесків, страхових премій) та доходів від розміщення коштів цих фондів [1].

Страхова послуга (страховий продукт) – договірна послуга на визначених умовах, яка полягає у здійсненні відшкодування матеріальних збитків, понесених особою, яка є учасником договірних відносин [2].

Як і будь-яка сфера діяльності людини, страхування потребує внутрішньої структурно-логічної впорядкованості. Без такої впорядкованості неможливо організувати складну справу, виробити методологію наукових досліджень, розробити законодавчу базу в цій сфері діяльності та інше. Щоб досягти необхідної впорядкованості, застосовують класифікацію. І чим складніший об'єкт, тим нагальніша потреба його класифікувати.

Поняття «**класифікація**» походить від латинського classis – розряд, клас. Латинський корінь визначає «квінтесенцію» цього поняття, його найістотніше, найсуттєвіше значення поділ предметів певної сукупності за спільними ознаками з утворенням системи класів цієї сукупності. Отже, під класифікацією розуміють – групування предметів, явищ чи процесів за певними ознаками з метою встановлення взаємозв'язків і взаємозалежностей між ними [3].

Класифікація страхування – це поділ страхових відносин на взаємопов'язані ланки, що знаходяться між собою в ієрархічній підпорядкованості.

Практичне значення класифікації полягає в тому, що на основі її розробляються та приймаються законодавчі та нормативні акти щодо упорядкування страхової діяльності, видаються ліцензії для здійснення страхової діяльності, складається звітність, контролюються показники діяльності страхових компаній, тощо. Використання

класифікації дозволяє налагодити міжнародне співробітництво, виявити пріоритети росту окремих видів страхування.

Питання класифікації страхування є предметом дослідження багатьох вітчизняних вчених, таких як Осадець С.С., який за основу класифікації взяв історичні, економічні та юридичні ознаки [3]; Базилевич В.Д., класифікує страхування на соціальне та комерційне, яку лежить в основі реалізації соціальної політики будь-якої соціально орієнтованої держави [4]; Вовчак О.Д. розглядає класифікацію, як поділ на галузі діяльності страхувальника [2]; Гаманкова О.О. класифікує з точки зору економіки, ринку фінансів, доходів страховика[5], та ін.

Зважаючи на те, що ринок страхових послуг реагує на стан економіки, впровадження нових технологій, залучення міжнародного досвіду, класифікувати страхування сьогодні є актуальним. Є багато точок зору на класифікацію страхових послуг, але більшість з них розроблялись десятки років назад і були актуальними на той період. Сьогодні ж, ринок послуг міняється майже щодня і це не залежить чи надасте ви страхові послуги, чи наприклад, транспортні.

Метою даного дослідження є аналіз класифікації страхових послуг. Проаналізувавши класифікацію страхування, різних підходів до її формування, автором було запропоновано нове і сучасне бачення класифікації страхування (рис. 1).

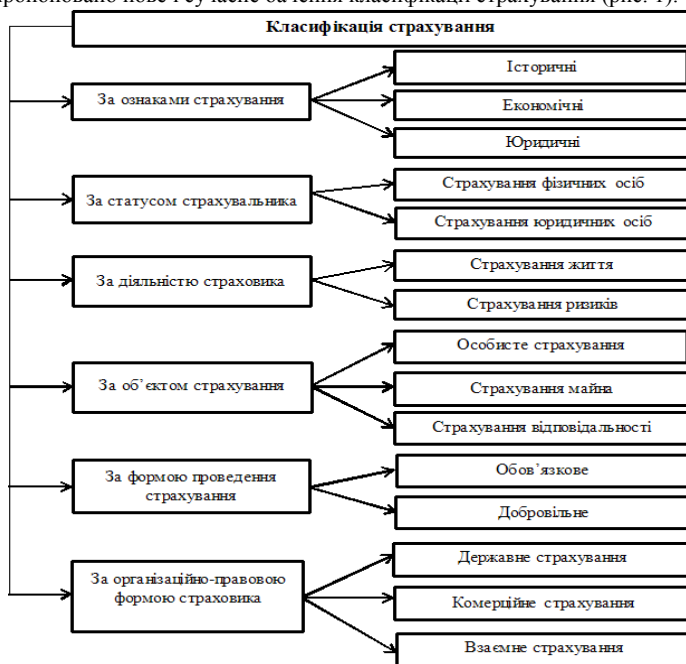


Рис. 1 Класифікація страхування

Джерело: власна розробка

Отже, класифікація страхування є важливим елементом у страховій справі, адже дає змогу визначити і зрозуміти основні підходи і методи страхування об'єкту. Без класифікації понять у страхуванні не можливо виконувати практичну роботу в цій

галузі. Класифікація потребує доповнення за ознакою організаційно-правової форми страховика. На сьогодні ці ознаки є актуальними. В не далекій перспективі в Україні страховий захист буде здійснюватись виключно на добровільних засадах. Буде поширеним явище товариств взаємного страхування.

Література

1. Закон України «Про страхування» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>
2. Вовчак О.Д., Завійська О.І. Страхові послуги : Навчальний посібник. - Львів: Видавництво «Компакт-ЛВ», 2005. – 656 с.
3. Осадець С.С. Страхування. Підручник [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/137/43/>
4. Базилевич В.Д. Страхування. Підручник [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/584-strahuvannya-bazilevich-vd-.html>
5. Гаманкова О.О. Ринок страхових послуг України. Теорія, методологія, практика: монографія / О. О. Гаманкова. - К.: КНЕУ, 2009. - 283 с.

УДК 336.77

Бочан В.І., аспірант

Львівський національний університет ім. І.Франка

ДЕПОЗИТНІ СТАВКИ І КРЕДИТИ БІЗНЕСУ

Поняття про відсоткові ставки та їх практичне значення. Жорстке регулювання депозитних і кредитних ставок – вагомий чинник виходу з кризової ситуації. Взаємозалежність відсоткової ставки і ставки за депозитами. Рекомендуються рівень гривневих депозитних ставок та інфляції. Розкривається суть інфляційного податку. Звертається увага на специфічні банківські позичальники. Виясняється зміст «умовних кредитів» МВФ. Інфляційне таргетування.

Відсоткова ставка – це величина вартості кредиту, яку держава/власник банку платить за вкладені депозити. І при його вартості у 20 % річних економіка держави не тільки не зможе розвиватися, а й нормально функціонувати, її спад неминучий. Тим більше, що при чинній відсотковій ставці і кредитах, які беруть фізичні чи юридичні особи під 30 %, банківська система стає по суті небезпечною гігантською пірамідою, яка може знищити не тільки банки, а й економіку країни в цілому. Економісти розвинених країн світу переконані, відсоткову ставку потрібно тримати на рівні 2-3 %, забезпечивши водночас заходи, щоб гроші не йшли на валютний ринок, а в економіку. Дорогі кредити ніколи не сприяли розвитку національного господарства, вони роблять неможливим його зростання.

При нинішніх гривневих депозитних ставках, кредити бізнесу в Україні видаються під 30 % річних, споживчі кредити – до 80 %. а мікрокредити – до 200 і більше річних відсотків. Позичальники практично не можуть обслуговувати такі дорогі кредити, вони банкрутують. Так, за матеріалами НБУ частка проблемних кредитів у березні 2015 р. збільшилася з 16,8 % до 17,2%. Хоча за оцінками незалежних аналітиків ця величина перевищує 50 % (20 млрд. дол.). Зазначену прогалину потрібно перекривати кредитами НБУ. А їх потребує кілька десятків банків України. Правда, банки офіційно показували лише 8-12 % проблемних кредитів. В кінцевому результаті це призводить до падіння ліквідності та втрати платоспроможності банків.

Крім зазначеного вагомим чинником банкрутства приватних банків було також масове зловживання в них. Так, 70 % кредитів зазначених банків було видано пов'язаним особам. Такі угоди у фінансовій сфері називають інсайдерськими, тобто

такими, що фінансують бізнес своїх власників. Кошти для таких сумнівних операцій фінансові установи з українським капіталом збирають під нереально високі відсоткові вклади. Природно, повернення цих кредитів як легковажними позичальниками, так і депозитів довірливим вкладникам, стає справою надзвичайно важкою.

Для в'яснення існуючої ситуації у фінансово-кредитній сфері, слід розглянути деякі аспекти цієї проблеми. Отже, будь-які кредити, які надаються фізичним особам, крім підприємців, називаються споживчими. Вони використовуються в основному на «проїдання». Їх видають як банки, так і небанківські установи (ломбарди, кредитні спілки, фінансові та кредитні компанії). Всі вони, крім банків, спеціалізуються на видачі кредитів за рахунок власних чи залучених коштів як фізичним, так і юридичним особам.

Фінансові компанії відрізняються від кредитних ширшим спектром фінансових послуг. І ті, і інші позбавлені права залучати кошти фізичних осіб. Для своєї діяльності вони повинні мати відповідне свідоцтво Національної комісії, яка здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг.

І фінансові, і кредитні компанії успішно конкурують з банками в сегменті надання дрібних позик і успішно розвиваються. Суттєву роль при цьому відіграє реклама в якій функціонує безпеліційний сервіс. Звичайно, у рекламі відсоткові ставки не зазначаються, а лише сума кредиту і та, яку треба погасити. Саме остання за шкалою, бо при підрахунках виходять сотні процентів, які формують прибутки для кредитора. Та ще там присутня приписка, що за непогашення — штрафні відсотки від суми заборгованості.

Не менш вражаючою є ціна кредиту. За офіційними матеріалами Національної комісії ставки за споживчими кредитами у кредитних установах коливаються від 5 до 116%. Це – надзвичайна дохідність! Однак, це й кабальні умови для позичальника. Що ж змушує погоджуватися на них?

По-перше, громадянам не вистачає грошей на дуже потрібні речі – на ліки, на навчання, ремонт чи нагальні щоденні потреби. Особливо тепер, коли ціни зростають, доходи населення зменшуються, а потреби залишаються. Зазначена ситуація змушує людей позичати на те, що вони зовсім не можуть собі дозволити. Ще й суспільство активізує стереотипи статусності: айфон, іномарка, розкішне весілля, Сейшли, Мальдіви тощо. А тут ще й реклама підігріває.

Або ж, для когось кредити взяти простіше, для когось – швидше, для когось не вистачає доходів чи нема забезпечення; хтось уже має таку погану кредитну історію в різних банках, що нема жодних шансів отримати там коштів. І всі вони за свою фінансову неграмотність готові платити ще й величезні відсотки, або, гадають, що зможуть не платити нічого і страшного з ними нічого не станеться. І цим успішно користуються як добропорядні, так і шахраї. Прикладом цього можуть бути схеми кредитування такі як «надання позик шляхом адміністрування коштів учасників груп». Простіше кажучи, людині пропонують вступити до спілки позичальників, сплачуючи щомісячні внески і чекаючи черги на кредит. Звичайно, при цьому кредит ніхто давати і не збирається. Розірвати угоду і повернути сплачені кошти практично неможливо, як і погасити свої інтереси в суді, бо договір складено таким чином, що жодної відповідальності організатори схеми не несуть.

Розвинені суспільства давно вже перехворіли таким узаконеним лихварством. Сьогодні в їх економіках – мізерна інфляція (1-3 %) і майже нульова облікова ставка. А позику в них дають під 1-6 % і тоді заробляння на людських проблемах втрачає сенс. Звичайно, люди йдуть по кредитах добровільно і змусити їх не робити цього – неможливо. Але дещо можна зробити вже тепер, скажімо шляхом запровадження «лікбезу» у фінансово-правовій сфері тощо.

Але, не дивлячись на зазначене, потрібно йти назустріч позичальникам, їм варто дати канікули, щоб вони могли осилити ситуацію. Тут мова ведеться про економічно активне населення, якому треба створити можливість жити, працювати і заробляти. Саме ці люди можуть сьогодні дати раду не тільки собі, а й витягти державу з кризи.

У повсякденній практиці, з метою збереження ліквідності та її власного існування фінансові установи намагаються залучати нові депозити, пропонуючи дедалі вищі ставки. Це неминуче веде до створення пірамід і краху банківської системи. Слідом настає втрата депозитів населення, яке починає забирати вклади і намагається конвертувати їх у долари чи іншу тверду валюту. Така ситуація спричиняє тиск на гривню, девальвуючи її. Обстановка також обтяжується сумнівною діяльністю Національного банку України, який намагається латати діри у фінансовій системі, але їх кількість зростає у геометричній прогресії. Криза охоплює фінансову систему, розповсюджуючись на економіку держави в цілому.

Ситуацію у фінансовій сфері погіршує і та обставина, що чим вища вартість залучених депозитів, тим вищі кредитні ставки. В результаті недоступними стають самі кредити, банки банкрутують. А через певний час цим фінансовим установам просто не буде з чого повертати депозити, які вони так настирливо залучали.

Єдино правильним напрямком вирішення проблеми є заборона фінансово-промисловим групам мати власні банки, які під високий процент збирають депозитні вклади і ще дещо та й фінансують бізнес своїх власників. А також для виходу із кризової ситуації потрібно застосовувати жорсткі кроки з регулювання депозитних і кредитних ставок. На таких засадах мають базуватися банківські послуги. Так, максимальна депозитна ставка, як зазначають фахівці, не повинна перевищувати 3 %, а кредитна - 6 %. Але це не єдине, бо для стимулювання зростання економіки вона повинна насичуватися хоча б емісійними грошима. Ці гроші мають спрямовуватися урядом на будівництво доріг чи інших економічних елементів з великою доданою вартістю і у ті сфери економіки, які потребують багато робочої сили. Тільки це може стати локомотивом зростання валового внутрішнього продукту. По цьому шляху йшли США, Німеччина й інші країни у 30-х роках ХХ ст.

Регулювання вартості позик має здійснюватися центральним банком держави через його облікову (відсоткову) ставку. Іншим макроекономічним параметром регулювання, який є у розпорядженні центрального банку – це монетаризація економіки (кількість грошей в обігу). І завдання центрального банку – максимально наситити економіку грошми, звичайно не допускаючи надмірного зростання інфляції за встановлені межі (таргетування інфляції).

Оскільки відсоткова ставка та можливість її регулювання залежить від ставки за депозитами, то з часу виявлення такої залежності, обмеження депозитних ставок використовувалося майже в усіх країнах світу, а особливо у розвинених (не більше 2 %). Це дає можливість уряду таргетувати інфляцію та стимулює населення країни вкладати гроші в економіку, а не тримати їх на банківських рахунках.

Отже, Національний Банк України повинен контролювати інфляцію, розпочавши інфляційне таргетування. Цю тезу підсилює те, що чинний плаваючий курс – це невіддільний елемент монетарної політики інфляційного таргетування. Без обмеження інфляційного процесу монетарна політика може призвести до розвалу валютно-фінансової системи держави. Для реалізації зазначеного потрібно, щоб на протязі року (не менше) плаваючий курс гривні мав би бути керованим, потім – вільним. Валютні інтервенції Національного Банку повинні розв'язувати ситуативні проблеми, що виникають на валютному ринку.

Інфляцію контролювати потрібно поетапно. Так, на першому етапі доцільно

запровадити м'яке інфляційне таргетування. Саме воно мало б відповідати керованому вільному плаваючому курсу гривні в рамках курсового коридору – 20-28 грн./дол. на 2016 р. Це таргетування допускає як високі рівні інфляції (але не більші 10 %), так і низькі. На поточний (2016) рік НБУ мав би встановити 7-10 % рівня інфляції. В рамках зазначеного таргетування НБУ не втрачає можливості впливу на валютний курс. Цей вплив може бути як прямий (інтервенції), так і опосередкований (управління ставками валютного ринку). Але для цього виконавчу структуру Національного Банку України потрібно кадрово підсилити справжніми фахівцями-професіоналами.

В Україні депозитні ставки – найвищі. Таким чином вони стали джерелом немонетарної інфляції. Це означає, що доходи перерозподіляються з реального сектора економіки на користь власників депозитів, які нічого не виробляють і не створюють ВВП, але отримують великі доходи на вкладені кошти. В результаті, при середній депозитній ставці 20% та обсязі депозитів на кінець 2014 р. у розмірі 620 млрд. гривень, на оплату відсотків витрачено 124 млрд. грн. річно. Ці гроші практично вилучено з реального сектора економіки, а значить, з реінвестицій та розширення виробництва.

У бюджеті 2015 уряд запропонував скоротити видатки на освіту, скасувати пільги ветеранам війни та дітям війни, запровадити податки на пенсії і т.п. А якби разом із прийняттям бюджету законодавство зменшило б відсоткові ставки, наприклад, до 10%, то в реальному секторі економіки залишилося б 60 млрд. гривень у вигляді прибутку. Підприємства із збиткових стали б прибутковими, а держава змогла б отримати додатково 15 млрд. гривень податку на прибуток. Крім того, підприємства змогли б обслужити кредити, зменшивши тим самим кількість банків-банкрутів і т.д., і т.п.

І це ще не все. За такої процентної ставки власники депозитів були б зацікавлені спрямовувати свої гроші в інвестиції для отримання більших прибутків. Саме це могло стати джерелом інвестицій у 500 млрд. гривень. Але для цього потрібно, щоб ефективність капіталу перевищувала відсоткову ставку. Отже, відсоткова ставка – це основа виходу з кризи, бо всі реформи в державі зав'язані на грошову масу, без якої жодних реформ не буде. А оскільки це так, то на законодавчому рівні варто було б обмежити депозитні та кредитні ставки. На сьогоднішній рівень гривневих депозитних ставок доцільно було б обмежити цифрою 8-10% річних, а кредитів – 12-14% при показниках інфляції до 13%. У майбутньому зазначені показники банківської системи будуть мінятися, але бажано було б к бик зменшення. Валютні ставки не повинні перевищувати 2-3%. Тоді ажіотажний попит на готівкову валюту впаде в рази.

Крім зазначеного, НБУ варто перейти до таргетування інфляції, неінфляційної емісії та кредитування комерційних банків. Стосовно першого, то НБУ ще у вересні 2015 р. перейшов до повномасштабного інфляційного таргетування. Для цього потрібно було хоч частково стабілізувати цінову ситуацію та позбутися фіскального домінування у монетарній політиці. Вирішивши зазначене, Мінфін України у 2015 р. від НБУ одержував лише прибутки.

Що ж до другого (неінфляційної емісії), то НБУ повинен наситити економіку країни грошми на такому рівні, наскільки вона їх потребує. А оскільки центрами емісії управляє держава, то з власників грошової маси стягується прихований податок, так званий інфляційний. Цей податок трактується як економічні втрати, яких зазнають власники грошей. Ці втрати пов'язані зі зменшенням цінності національної валюти з одночасним присвоєнням вигоди центрам емісії, який спричинив інфляцію. А оскільки в Україні інфляція розкручується без спіралі, тобто не супроводжується зростанням заробітних плат і доходів населення, то це означає, що її спричинила валютна нестабільність.

Що ж до кредитування уряду, то НБУ повинен виділити ті проекти, які створюють відчутну додану вартість (різні види будівництва, громадські оплачувані роботи,

трудомісткі об'єкти інфраструктури) і сприяють зростанню економіки держави. Якщо бізнес зможе нормально обслужити взяті кредити, то він успішно розвиватиметься, економіка запрацює, а вал банківських банкрутів зупиниться.

Крім позитивів, у запропонованому може спостерігатися й негатив. Так, при обмеженні депозитних ставок можливий значний вплив депозитів з банківської системи, але позитив при цьому переважатиме, бо власники депозитів шукатимуть інших, але більших видів. Вони інвестуватимуть свої гроші в економіку, оживляючи, таким чином, фондовий ринок. Отже, найголовнішою складовою відродження вітчизняної економіки є фінансування трудомістких інфраструктурних проектів. Такий напрямок послужить каталізатором зростання економіки держави, забезпечить стабільність фінансової системи та приріст ВВП – найголовнішого показника економіки держави.

Однак серед банківських позичальників трапляються й недобросовісні клієнти. Так, за публічною інформацією тижневика «Дзеркало тижня» агрохолдинг ТАКО («Технологічна аграрна компанія об'єднана») позичила у банках 90 млн. американських доларів. З 2014 р. кредити перестали обслуговуватися, а на реструктуризацію аграрії не йшли. Натомість почали звинувачувати банкірів у рейдерській атаці. Таким чином засновники ТАКО організовують уникнення оплати позик, стверджуючи, що до зерна, вирощеного на орендних компаніях полях, банкіри не мають стосунку.

Отже, ситуація навколо невиконання ТАКО зобов'язань за кредитними договорами на основі недобросовісних схем згубно впливає на інвестиційний клімат України. За неповерненими кредитами стоять десятки тисяч вкладників, які очікують своїх депозитів. Водночас 70 % грошової маси України – це депозити. Саме ставки за ними і визначають вартість кредитних ресурсів, які на 5 % вищі від депозитних. То де вигідніше вкладати гроші за такої ситуації, де шляхи виходу з кризи?

За таких умов, щоб відновити національну економіку, Україна потребує вагомої фінансової підтримки. Допомога, яку країна мала би отримати, допоможе стабілізувати фінансову систему, але вона недостатня, щоб серйозно перезапустити економіку і відновити її зростання. Але світ обережний і кредитори не готові критично ризикувати. Крім того, МВФ сповідує, так звані, «умовні кредити», тобто позичальник має виконувати певні умови. У зв'язку з цим його кредитна програма розбита на транші. По-друге, якщо б МВФ видав увесь кредит відразу, то він би не досягнув мети (порушуючи правила гри), а Україна не мала би стимулів для проведення реформ. Тому кошти надходитимуть повільно, траншами з урахуванням того, які реформи Україна запроваджуватиме. Це робиться для того, щоб примушувати український уряд дотримуватися статей угоди.

З урахуванням зазначеного, у другій декаді березня 2015 р. МВФ перерахував Україні перший транш на 5 млрд. доларів. Очевидно, цих грошей вистачить лише на те, щоб уникнути дефолту, забезпечити оплату зовнішніх боргових зобов'язань і критичного імпорту. Наступні порції фінансування Україна одержить лише після того як влада дотримуватиметься умов підписаної програми.

Завдяки кредитам МВФ, ситуація на валютному ринку стабілізується, розкручування девальваційно-інфляційної спіралі сповільнюється. Одержаний перший транш, за заявою уряду, буде витрачено на погашення зовнішніх позик і поповнення золотовалютних резервів, які знаходяться на критично низькому рівні. Крім зазначеного, держава також потрібні стимули, які б підвищили економічну активність як бізнесу, так і населення країни в цілому, бо обвал курсу гривні – одна з головних внутрішніх загроз державній безпеці. А зниження довіри до державної влади чи навіть національної фінансової системи, може перерости в загрозу соціальних протестів. Скорочення обсягів

виробництва та недоступність кредитних коштів можуть спровокувати, а подекуди вже спровокували обвали на ринку праці. Про це свідчить ріст чисельності безробітних, закриття потужних компаній, скорочення персоналу на виробничих фірмах, кваліфіковані працівники виїжджають за кордон. Головними причинами тому є тотальна недовіра до державної економічної політики. Інвестори та підприємці не побачили перетворень, які б заслуговували на довіру, не відчули реальних поліпшень для бізнес-середовища.

Для стабілізації ситуації в економіці країни потрібно кредити зробити доступнішими, тобто вони повинні надаватися за ставками Європейського Союзу (3-7 %), а також прибрати посередників, залишивши при цьому лише основні суб'єкти економіки – підприємства. Це обов'язкова умова до моменту одужання вітчизняного банківського сектора. Такий захід потрібен для врятування виробництва, збереження робочих місць, обслуговування кредиту та й інших зобов'язань, сплати податків тощо.

Література

1. Бочан І.О. Міжнародна економіка [Текст] : навч. посіб. /І.О. Бочан, В.Г. Поплавський, М.М. Бігус ; М-во освіти, науки молоді та спорту України. Львівський інститут економіки і туризму. - Львів : ЛІЕТ, 2012. – 302 с. – Бібліогр.: С. 135. – 300 пр.
2. Словник сучасної економіки Макміллана. Видання четверте. К.: Видавництво «АртЕк» 2000. - 628 с.
3. Поплавський В. Г. Виробничо-ресурсний потенціал України. //Вісник Національної академії наук України, 2000. - № 8. - с. 25 - 32.
4. Поплавська Ж.В., Поплавський В.Г. Економічна політика України. Львів, 2001.-210с.
5. Поплавська Ж.В., Поплавський В.Г. Фінансові парадокси України. //Фінанси України, 2002. - № 11. - с. 3-9.
6. Поплавська Ж.В., Поплавський В.Г. Інвестиційний імідж: регіональні аспекти. //Фінанси України, 2004. - № 7. - с. 47-55.

УДК: 336.7(477):339.137.2

Діденко І.В., аспірант

Українська академія банківської справи, м. Суми

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНЦІЇ НА ДЕПОЗИТНОМУ РИНКУ ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ СКЛАДОВИЙ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

Під час дослідження кон'юнктури депозитного ринку ми вже зупинялись на основних його складових: попиту, пропозиції, поняттю «депозити» та «депозитні ресурси» та рівноважна ціна на ринку. Ще однією не менш важливою складовою є рівень конкуренції, встановлений на даний момент на ринку. Конкуренція на депозитному ринку України більшою мірою залежить від тієї кількості банків, які ведуть свою діяльність в банківському секторі. Проте дане питання є досить спірним, оскільки, конкуренцію комерційним банкам в питанні залучення тимчасово вільних фінансових ресурсів, які обертаються у фінансовому секторі, складають також страхові компанії, інститути спільного інвестування, різноманітні лізингові компанії, пенсійні фонди тощо. Однак, виходячи із теми нашого дослідження, зупинимось безпосередньо на конкурентному середовищі депозитного ринку України.

Як нами уже було зазначено, рівень конкуренції на депозитному ринку залежить від кількості комерційних банків, представлених на ньому. Та це не є єдиним фактором, оскільки існує цілий ряд факторів, які визначаються специфікою банківської діяльності і не входять до категорії так званих «структурних» факторів. У цьому розрізі було розроблено ряд різноманітних підходів щодо оцінки рівня конкуренції в банківській системі загалом та на її основних ринках: кредитному та депозитному.

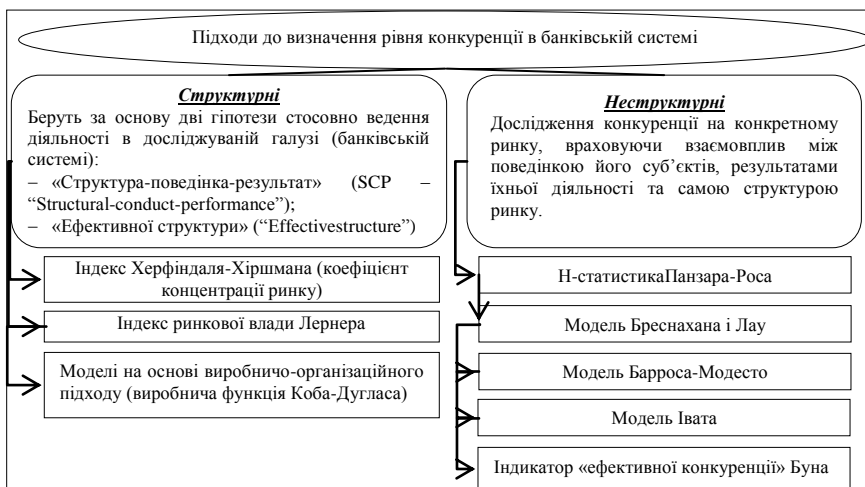


Рис. 1. Підходи до оцінки рівня конкуренції в банківській системі

Складено автором на основі [1; 2; 2;4]

На рисунку 1 представлені основні моделі, які набули найбільшої популярності останнім часом серед усіх існуючих підходів. Під час прийняття рішення яку ж із них використовувати для оцінки конкуренції на кредитному і депозитному ринках необхідно враховувати ті плюси і мінуси, притаманні виділеним методам. Часто дослідники відмовляються від структурних підходів на користь неструктурних тому, що вони не дозволяють дослідити вплив прихованих факторів на стан ринкової конкуренції. Внаслідок того, що структурні методи обмежуються лише кількома факторами дослідження, отримані за їхньою допомогою результати носять викривлений характер і не відображають реальної ситуації на ринку. Тому нині для оцінки рівня ринкової конкуренції, зокрема, в банківській системі використовуються неструктурні методи.

Звичайно, перелік неструктурних методів, поданий на рис. 3 є далеко неповним і включає тільки ті моделі, які набули найбільшої популярності в сучасних реаліях. Враховуючи всі сильні сторони не структурних методів для оцінки рівня конкуренції на вітчизняних кредитному та депозитному ринках, ми рекомендуємо використовувати безпосередньо моделі Барроса-Модестога Панзара-Роса.

Дані моделі використовують різний набір параметрів для оцінки рівня конкуренції на ринку, однак вони є універсальними для різних країн, що дозволить провести якісний порівняльний аналіз конкурентоспроможності банківських сегментів. Крім того, за допомогою даних моделей можна отримати як інтегральну оцінку рівня конкуренції у всій банківській системі, так і розділити його на конкретні складові відносно кредитного та депозитного ринків.

Література

1. Гірна, О. Й. Описові та модельні оцінки банківського ринку Європейського союзу та України / О. Й. Гірна // Фінансовий простір, № 4 (16), 2014 р.
2. Дробышевский, С. Анализ конкуренции в российском банке / С. Дробышевский, С. Пашенко // Москва : ИЭПП, 2006. – 130 с. : ил. – (Научные труды / Ин-т экономики переход.периода. № 96).
3. Єпіфанов, А.О. Науково-методичні підходи до оцінки рівня конкуренції в банківській

системі / А.О. Єпіфанов, А.С. Ярошенко // Збірник наукових праць «Проблеми та перспективи розвитку банківської системи України», 2011. – Випуск 31. – С. 16–29.

4. Leon F. Measuring competition in banking : A critical review of methods / F.Leon [Електронний ресурс] // CERDI: Etudes et Documents. – 2014. – № 12. – 44 p. – Режим доступу : www.cerdi.org.

УДК 336.761

Майстер А.В., аспірант

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ЕМІСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Питання про роль та місце підприємств державного сектору в економіці будь-якої країни є надзвичайно складним. Кожна країна, залежно від соціально-економічних умов, відпрацьовує власні механізми функціонування державного сектору економіки, визначає його оптимальний розмір. Як слушно зазначає В. Лагутін «оптимальний за обсягом і ефективний за напрямками діяльності державний сектор—це необхідна складова будь-якої економіки» [1, с.7]. Російські вчені А. Віссаріонов та І. Федорова зазначають, що межі державного сектору не є застиглими, оскільки в економіці постійно відбувається динамічний процес перерозподілу власності як усередині держсектору, так і між державним та недержавним секторами [2, с.8]. Історично формування державного сектору в українській економіці здійснювалося стихійно під впливом двох полярних за характером факторів: політики приватизації, спрямованої на забезпечення стратегічних позицій приватної власності, та домінуючих у суспільстві уявлень про необхідність збереження державної власності на стратегічні і соціально важливі об'єкти [3, с.61]. Соціально-економічна криза 2013-2015 років в Україні суттєво видозмінила умови функціонування підприємств державного сектору, а саме значно скоротився і без того мізерний розмір фінансової допомоги, який надавався їм за рахунок бюджетних ресурсів у формі дотацій. Тому ефективність фінансово-господарської діяльності більшості підприємств є незадовільною.

Сучасні процеси світової економічної глобалізації та орієнтація України в напрямку інтеграції до Європейського Союзу визначили напрямки реформування державного сектору економіки. Одним із найважливіших чинників забезпечення конкурентоздатності підприємств державного сектору в умовах ринкової економіки є можливість залучення капіталу з фондового ринку шляхом емісії цінних паперів. Проте більшість підприємств державного сектору економіки України не реалізують свій потенціал на вітчизняному фондовому ринку, що значно погіршує їх позиції і є загрозливим для економічної безпеки та національних інтересів країни. Тому, на сьогоднішні питання державної ваги є визначення шляхів активізації емісійної діяльності підприємств державного сектору економіки на фондовому ринку України.

Вважаємо, що ініціювання процесу залучення фінансових ресурсів підприємствами державного сектору економіки з фондового ринку через емісію цінних паперів—є одним із показників ефективного управління державними корпоративними правами, адже при цьому досягається дві основних цілі: забезпечення підприємств капіталом для підвищення ефективності діяльності та розвиток фондового ринку. При цьому зазначимо, що активізація емісійної політики підприємств державного сектору економіки на фондовому ринку вимагає використання абсолютно нових підходів та методів до їх управління.

На наш погляд, першочерговим кроком у даному напрямі є удосконалення

законодавчої бази, зокрема розробка та ухвалення Закону України «Про державний сектор економіки України», який буде регулювати основні засади діяльності підприємств державного сектору. Не менш важливим є прийняття загальної концепції розвитку підприємств державного сектору економіки, яка обов'язково має бути узгоджена з економічним станом країни з визначенням довгострокової, середньострокової та короткострокової перспектив. Зокрема:

- довгострокова стратегія—зростання ринкової вартості підприємств;
- середньострокова стратегія—зменшення витраток бюджету на утримання підприємств державного сектору за рахунок їх переходу на ринкові способи залучення капіталу;
- короткострокова стратегія—збільшення дохідної частини бюджету за рахунок дивідендів, податків, рентних платежів від підприємств державного сектору економіки.

Відзначимо, що в умовах макроекономічної нестабільності одним із найважливіших завдань в управлінні державним сектором економіки є оптимізація корпоративного портфелю держави. Держава володіє пакетами акцій різного розміру від 100% до дуже дрібних, пакети акцій яких сформувалися як результат процесів, пов'язаних з нерациональною організацією продажу. Варто відмітити, що першочерговим анонсованим кроком у реформуванні державного сектору економіки стало покращення державного корпоративного портфелю через проведення приватизації переважної більшості підприємств. Проте дана постанова орієнтована на продаж контрольних пакетів акцій держави, а не міноритарних, які саме обтяжують державу як власника. На наш погляд, збереження у державній власності значної кількості «дрібних» пакетів акцій є недоцільним в першу чергу з точки зору економічної ефективності, адже такі акціонерні товариства вимагають від держави виконання функцій власника корпоративних прав навіть у мінімальному розмірі та відволікають значні адміністративні ресурси, в той же час практично не приносять ніяких доходів. З огляду на те, що у державній власності залишається доволі висока частка міноритарних пакетів, пропонуємо розробити програму по їх продажу.

Щодо ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки, зазначимо, що обсяг дивідендів, сплачених підприємствами державного сектору до бюджету в 2014 р. склав всього 7,9 % від обсягу наданих субсидій. Вважаємо, що така ситуація свідчить про фактичність приватизації фінансових потоків підприємств державного сектору економіки, в яких де-юре власником є держава, а де-факто—інші реальні власники, які є тісно пов'язаними з менеджментом підприємства. З огляду на вищевикладене, вважаємо, що фінансова підтримка державних підприємств, яка буде спрямована на залучення ними капіталу з фондового ринку, посилить відповідальність керівництва компаній за фінансові рішення, які ними приймаються.

Вітчизняні вчені М. Білик та Т. Білик зазначають, що «оцінюючи ефективність функціонування державного сектора, слід враховувати таке: виконання державними підприємствами суспільних (соціальних) зобов'язань, монополне положення їх в окремих сферах економіки, гарантованість фінансової підтримки з боку держави, методи управління ними» [4, с.39]. Але, як відзначають Н. Бутенко та О. Халковський «здебільшого цілі діяльності державних підприємств або взагалі не визначені, або суперечливі. Окрім цього, спостерігається громіздка бюрократична процедура для затвердження фінансових планів державних підприємств. Ситуацію може покращити встановлення чітких цілей діяльності, удосконалення стандартів стратегічного планування, запровадження правил щодо стратегічного управління акціонерами державних підприємств» [5, с. 44]. З метою для уникнення суперечливості цілей

діяльності та оптимізації політики управління вітчизняними підприємствами державного сектору економіки пропонуємо провести оцінку співвідношення реалізації їх комерційних та соціальних цілей і в залежності від отриманого результату, поділити їх на три групи:

1. підприємства, що орієнтовані на виключно комерційну діяльність;
2. підприємства, що поєднують у своїй діяльності комерційні та соціальні цілі;
3. підприємства, що мають виключно соціальну та стратегічну спрямованість.

На наш погляд, наявний механізм проведення додаткової емісії акцій підприємствами державного сектору економіки потребує удосконалення, адже з одного боку, блокування рішень загальних зборів підприємств через дефіцит державного бюджету України негативно впливає на економічний розвиток країни. З іншого – докапіталізація державних банків за рахунок випуску облігацій внутрішньої державної позики також має негативні наслідки, тому що сприяє поглибленню економічної кризи, а саме девальвації національної валюти.

Так як держава як власник не може забезпечити державні підприємства фінансовими ресурсами для оновлення техніко-технологічної бази і впровадження інновацій у виробничі процеси, тому, на наш погляд, найбільш перспективним шляхом вирішення цієї проблеми є проведення часткової приватизації державних підприємств із застосуванням процедури «народного IPO» із продажем міноритарних пакетів акцій найбільш прибуткових підприємств державного сектору економіки виключно приватним інвесторам із збереженням контрольного пакету акцій у власності держави. Одним із основних завдань «народного IPO» є створення ліквідного та транспарентного фондового ринку України та залучення національного капіталу.

Відмітимо, що емісійна політика підприємств державного сектору знаходиться під впливом як чинників, що детермінуються на рівні підприємства, так і таких, що пов'язані з макроекономічним становищем країни. Тому для активізації їх емісійної діяльності на фондовому ринку України необхідно розробити заходи, що будуть направлені на формування позитивних характеристик всіх факторів впливу на формування та реалізацію емісійної політики підприємств державного сектору для досягнення найбільш оптимального ефекту.

На нашу думку, основними шляхами активізації емісійної діяльності підприємств державного сектору економіки на фондовому ринку України є:

- реформування підприємств державного сектору економіки України з розробкою загальної концепції їх розвитку, що передбачає поступову переорієнтацію державної політики у питаннях економічної підтримки даних підприємств з бюджетного фінансування за рахунок асигнувань та дотацій на залучення інвестиційного капіталу з використанням інструментів фондового ринку;
- розробка програми по продажу державних міноритарних пакетів акцій;
- розробка нормативно-правових актів, спрямованих на зниження адміністративних бар'єрів в процесі первинного розміщення цінних паперів;
- підвищення рівня корпоративного управління;
- підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності за рахунок підвищення стандартів прозорості та підзвітності;
- підвищення ефективності розподілу прибутку за рахунок оптимізації дивідендної політики підприємств державного сектору економіки через встановлення нормативу відрахування частини чистого прибутку на основі встановлення кореляційного зв'язку між обсягом дивідендів та системою показників їх фінансово-господарської діяльності;
- внесення змін в законодавство України щодо механізму проведення додаткової емісії акцій з метою спрямування доходів від володіння державним майном на купівлю

акцій додаткової емісії для забезпечення модернізації підприємств державного сектору;

- зменшення політичного та адміністративного втручання в діяльність підприємств державного сектору економіки;
- надання державних преференцій при проведенні емісії цінних паперів найбільшим підприємствам-виробникам конкурентоспроможної продукції.

Отже, активізація емісійної діяльності підприємств державного сектору економіки на фондовому ринку України є одним із найважливіших завдань системного реформування національної економіки. На сьогодні єдиними активними емітентами на фондовому ринку України є державні банки, тому що емісійні операції є ефективним механізмом залучення додаткового фінансування та інструментом управління вартістю банку. Для того, щоб підприємства державного сектору економіки залучали фінансові ресурси з фондового ринку України необхідно застосувати комплексний підхід до формування їх ефективної емісійної політики через підвищення їх рівня корпоративного управління, покращення фінансово-господарського стану підприємств, удосконалення дивідендної політики, підвищення професійного рівня керівників та працівників, а також зниження адміністративних бар'єрів в процесі первинного розміщення цінних паперів. Впровадження в дію цих заходів буде сприяти підвищенню ефективності державного сектору економіки та економічному зростанню України.

Література

1. Лагутін В. Д. Приватизація в Україні: перерозподіл власності і переорієнтація фінансових потоків/ В. Д. Лагутін// Вісник Севастопольського національного технічного університету. Економіка та фінанси. – 2003. – Випуск 44.–С.5-10.
2. Виссарионов А., Федорова И. Государственный сектор: границы, контроль, управление/ А. Виссарионов, И. Федорова // Экономист.–2003.–№6.–С.3-12.
3. Свечкіна А.Л. Формування інноваційної стратегії управління корпоративними правами держави/ А. Л. Свечкіна, І.В. Кравцова// Вісн. Нац. ун-ту «Львів. пол».–2010.–№684.–с.60-65.
4. Білик М. Д., Білик Т. О. Державний сектор економіки в зарубіжних країнах і проблеми національного сектора/ М.Д. Білик, Т.О. Білик // Бізнес Інформ. – 2014. – №5. – С. 36–42.
5. Бутенко Н. В., Халковський О. М. Державний сектор економіки: сучасний стан та перспективи розвитку / Н.В. Бутенко// Бізнес Інформ. – 2015. – №8. – С. 41–46.

УДК: 339.56.055

Савицька О.І., аспірант

Українська академія банківської справи (м. Суми)

ОЦІНКА ЗАЛЕЖНОСТІ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО ОБОРОТУ РЕГІОНУ ВІД СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ

Зовнішньоекономічна діяльність для кожної країни відіграє велике значення, оскільки сприяє розвитку нових галузей виробництва, підтриманню підприємствами конкурентоспроможності, за рахунок високої якості їх продукції та доступної ціни, бо кожна фірма націлена на завоювання більшої частки ринку на території своєї країни та за кордоном. Безумовно розвинена міжнародна торгівля буде впливати на наповненості бюджетів та безробіття і в цілому на соціально-економічний стан країни. Міжнародна торгівля країни базується на діяльності її регіонів, тому вважаємо за доцільне розглядати зовнішньоекономічну діяльність на рівні області.

З огляду на усі види зовнішньоекономічної діяльності основну частину її займає міжнародна торгівля. Враховуючи дану особливість важливо розуміти за рахунок яких факторів відбувається зростання чи спад експортно-імпоротної діяльності регіону. Проаналізувавши роботи вітчизняних та зарубіжних науковців було виявлено, що не

існує одного підходу до виділення факторів впливу на міжнародну торгівлю. Більшість науковців розподіляє усі фактори впливу на внутрішні та зовнішні, в залежності від суб'єкта, що здійснює експортно-імпорتنу діяльність. Також виділяють такі групи факторів як: політичні, економічні, законодавчі, соціальні, інформаційні, технологічні, інноваційні, ресурсні, територіальні та трудові. З огляду на велику розгалуженість чинників, що можуть впливати на міжнародну торгівлю важливо не лише розуміти, що вони можуть впливати, а й оцінити даний вплив.

Для досягнення зазначеної мети пропонуємо проводити оцінку впливу соціально-економічних показників на зовнішньоторговельний оборот. Для цього використаємо векторну авторегресійну модель. Її побудова буде складатись з 5 етапів. 1 етап передбачає збір інформації. Оскільки чинники впливу можуть бути різними, пропонуємо групувати їх за джерелом виникнення на 4 рівні, це: світовий рівень, рівень країни, регіону та підприємства. Після підбору даних також збирається інформація показників експортно-імпорتنної діяльності регіону за конкретний період часу, для отримання загальної суми зовнішньоторговельного обороту регіону.

Наступний етап передбачає здійснення перевірки вхідних даних на аномальність. Вона передбачає проведення розрахунків, що виявлять густоту розподілу ймовірності випадкової величини. На 3 етапі проводиться кореляційний аналіз, що визначить залежність між значенням зовнішньоторговельного обороту та підібраними соціально-економічними показниками світу, країни та регіону. Використовується кореляційний аналіз для оцінки тісноти зв'язку між змінними, за допомогою відповідних розрахунків [2]. Дане визначення дасть можливість відсіяти незначимі фактори для наступних етапів.

Наступний 4 етап передбачає проведення каузального аналізу. Він в основному проводиться за допомогою тесту Грейнджера та встановлює причинно-наслідковий зв'язок. Такий тест може бути виконано лише у випадку наявності стаціонарних вхідних даних, тому до проведення тесту на каузальність необхідно перевірити вхідні значення на стаціонарність. Перевіривши дані та виявивши причинні зв'язки проводимо групування отриманих факторів, що мають найбільший вплив.

Визначивши перелік соціально-економічних факторів, що за проведенням дослідження мають найбільший вплив на показник зовнішньоторговельного обороту переходимо до заключного етапу побудови VAR-моделі. Її розрахунок здійснюється за наступною формулою:

$$y_t = c + A_1 y_{t-1} + \dots + A_p y_{t-p} + Bx_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

де c – вектор констант;
 y_t – k -мірний вектор ендогенних змінних;
 x_t – d -мірний вектор екзогенних змінних;
 A_1, \dots, A_p, B – матриці коефіцієнтів, що підлягають оцінюванню;
 ε_t – вектор помилок;
 p – кількість лагів.

Підхід до побудови VAR-моделі оминає обов'язкове структурне моделювання, розглядаючи кожен ендогенну змінну в системі як функцію від лагових значень усіх ендогенних змінних [1]. Використання даної моделі дозволить оцінити вплив різних факторів на зовнішньоторговельний оборот не лише регіону, а і країни в цілому.

Для інтерпретація отриманої VAR-моделі також будуються графік функції імпульсних відгуків на заданий шок (шоки, як правило, нормалізовані до 1% або одного стандартного відхилення). Такий аналіз демонструє розмір та динаміку даного ефекту на короткострокову перспективу. І ще один не менш значимим є побудова графіку декомпозиції дисперсії помилок, він показує вклад факторів, що були включені у модель, у динаміці досліджуваної змінної [3].

Таким чином, запропонований алгоритм дає можливість не лише виявити фактори впливу на зовнішньоторговельний оборот регіону, а і оцінити його.

Література

1. Банников В.А. Векторные модели авторегрессии и коррекции регрессионных остатков (Eviews) / В.А. Банников // Прикладная эконометрика. – 2006. – № 3. – С. 96-129.
2. Шанченко Н. И. Лекции по эконометрике / Н. И. Шанченко // учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Прикладная информатика (в экономике)». – Ульяновск : УлГТУ. – 2008. – 139 с.
3. Маринич Т.О. Валютна політика в системі забезпечення фінансової стабільності економіки : дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.08 – Гроші, фінанси і кредит / Т.О. Маринич; Міністерство освіти і науки Сумський державний університет. – Суми, 2014. – 311 с.

УДК 338.242.4.025.2

Штирхун Х.І., аспірант

Чернігівський національний технологічний університет

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

Виробництво та споживання органічної продукції збільшує тривалість життя та знижує рівень захворюваності її споживачів. Економічна доцільність впровадження органічного виробництва в Україні полягає у підвищенні рівня рентабельності сільськогосподарських виробників, зміцненні конкурентоспроможності та підвищення іміджу країни на міжнародних ринках, забезпечення сталого розвитку та розв'язання соціально-економічних проблем галузі тощо. Таким чином, органічне виробництво в Україні є надзвичайно перспективним об'єктом інвестування.

Зважаючи на високу рентабельність органічного виробництва у світі, а отже, і його інвестиційну привабливість, яка залежить від рівня державної підтримки, ринок органічної продукції не в змозі розвиватися повноцінно без додаткових фінансових ресурсів. Дана особливість призводить до необхідності визначення джерел фінансового забезпечення розвитку органічного виробництва в Україні.

Фінансова підтримка та система стимулювання полягають у застосуванні державою фінансових інструментів, що спрямовані на створення сприятливих умов для ведення органічного господарства, заохочення виробників, а також впровадженні системи штрафів та санкцій до порушників екологічних норм.

До інструментів стимулювання належать такі:

1) впровадження пільгового кредитування підприємців органічного сільського господарства (наприклад, кредитна ставка може бути знижена на 60%) - застосовується для стимулювання інноваційної та інвестиційної діяльності виробників органічної продукції та створення природоохоронної та ресурсозберігаючої матеріальної бази виробництва;

2) фінансування основних науково-дослідних інститутів для підтримки досліджень з органічного виробництва та органічних програм в аграрних навчальних закладах в рамках конкретної державної програми, наприклад «Органічне сільське господарство в Україні»;

3) здійснення додаткових виплат для ведення органічного сільського господарства у особливо екологічно вразливих регіонах;

4) проведення безкоштовної державної експертизи ґрунтів органічних господарств на вміст органічних та мінеральних речовин;

5) допомога на перехідний період для виробників, що виявили бажання

впроваджувати органічне виробництво. На етапі переходу до органічного виробництва важливим є конверсійний період, який характеризується зниженням обсягів виробництва внаслідок зменшення врожайності сільськогосподарських культур, що прямо впливає на прибутковість підприємства. Саме тому для компенсування понесених втрат господарюючому суб'єкту протягом даного періоду в Україні має діяти державна підтримка у вигляді дотацій, що, у свою чергу, стимулюватиме розвиток органічного виробництва в країні [1, с. 201];

6) повна компенсація витрат на сертифікацію органічної продукції та відшкодування витрат на аналіз зразків органічної продукції при експорті продукції за необхідності підтвердження відповідності вимогам стандартів;

7) надання дотацій переробним підприємствам, особливо тим, які спеціалізуються на виробництві дитячого харчування;

8) часткова компенсація лізингових платежів за оренду сільськогосподарської техніки у перші 3 роки [4; 5, с. 51];

9) розробка системи держзамовлень, впровадження дотацій діючим виробникам органічної продукції (до 60%) за умови укладання ними контрактів на поставку продукції в дитсадки, школи, інтернати, лікарні, санаторії, столові державних установ. З досвіду Данії, дані витрати є виправданими, враховуючи скорочення витрат на лікування та на природоохоронні заходи у довгостроковій перспективі [3];

10) вдосконалення податкової політики у відношенні суб'єктів органічного виробництва - зменшення податкового навантаження. Високі податки на продукцію призведуть до зменшення виробництва, в результаті чого зменшиться споживання органічної продукції;

11) підтримка приватних інвестиційних проектів, які зосереджені на використанні органіки;

12) заохочувальні виплати у разі використання інновацій у виробничому процесі.

Крім заходів стимулювання, необхідно застосовувати інструменти покарання до підприємств, які не відповідають вимогам щодо норм забруднення навколишнього середовища, виробництва і реалізації органічного виробництва:

1) штрафи за недотримання технологій органічного виробництва;

2) система стягнень за порушення правил раціонального природокористування та забруднення навколишнього природного середовища;

3) позбавлення сертифіката із зобов'язанням повернення коштів за сертифікацію;

4) зниження цін на екологічно забруднену продукцію;

5) підвищення плати за землю.

Зазначимо, що Дослідження Федерації органічного руху України свідчать про те, що для того, щоб загальна площа країни під органічне виробництво досягла 3% в найближчі 5 років, необхідні щорічні інвестиції в органічний сектор в розмірі не менше 95-100 млн. євро. Для порівняння, щорічні державні витрати Швеції в середині 2000-х рр. (включаючи кошти з фондів ЄС) на підтримку органічного сектору становили близько 70 млн. євро, значна частина цих витрат фінансувалася приватним сектором [2]. У країнах ЄС обсяг підтримки аграрного сектора у 2013-2014 рр. склав в середньому 526 євро за гектар, в Україні - лише 1,3 євро, тому основним джерелом фінансування діяльності підприємств аграрного сектора є власні кошти підприємств та інвестиції.

Таким чином, державне регулювання розвитку виробництва, обігу та споживання органічної продукції є надзвичайно важливим елементом забезпечення населення якісними продуктами харчування та сталого розвитку країни в цілому. Через те, що ринок органічної продукції в Україні знаходиться на етапі свого становлення, він потребує фінансової підтримки з боку держави, залучення інших інвестиційних джерел

для ефективного функціонування та подальшого розвитку.

Література

1. Найда І. С. Органічне землеробство як пріоритетний напрям соціоекономічного розвитку сільського господарства України / І. С. Найда, Г. М. Запша // БІЗНЕСІНФОРМ. - 2015. - № 1. - С. 200-204.
2. Офіційний сайт Федерації органічного руху України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://organic.com.ua>.
3. Рудницька О. В. Маркетингова діяльність сільськогосподарських підприємств на ринку органічної агропродовольчої продукції : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Оксана Валентинівна Рудницька. – Київ : Б.в., 2007. – 19 с.
4. Стоволос Н. Б. Формування і реалізація стратегії розвитку органічного виробництва АПК [Електронний ресурс] / Н.Б. Стоволос // Ефективна економіка. – 2015. – № 3. - Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3913>.
5. Тютюнник Г. Основи розвитку національного ринку органічного землеробства в Україні / Ганна Тютюнник // Галицький економічний вісник – Тернопіль : ТНТУ, 2014. – Том 46. – № 3. – С. 46-52. – (Економіка та управління національним господарством).

УДК 368.5(477)

Криворучко Я.М., студентка

*Черкаський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»*

АЛЬТЕРНАТИВНІ ВАРІАНТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАХУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Щороку українське сільське господарство потерпає від небезпечних природних явищ та несприятливих погодних умов, що призводить до зниження врожайності, недобору валової продукції сільськогосподарських культур, внаслідок чого аграрії зазнають значних матеріальних збитків. Найпоширенішим способом мінімізувати ризикита стабілізувати доходи аграрних підприємств є страхування, що надає можливість компенсувати збитки від непередбачуваних подій. Але, на жаль, сучасний етап розвитку сільськогосподарських виробників свідчить про те, що страхування сільськогосподарських ризиків залишається в нерозвинутому стані. Переважна більшість господарств не страхують ні своєї виробничої діяльності, ні майна [2].

Формування системи страхування сільськогосподарської продукції повинен ґрунтуватися на:

- стабільності, надійності та безпеці діяльності всіх учасників цієї системи;
- досягненні належного рівня функціональної консолідації та інтеграції у цій системі;
- ефективному використанні наявних ресурсів учасників цієї системи;
- послідовному наблизенні законодавства України, що регулює ринок
- страхування сільськогосподарської продукції, до вимог законодавства Європейського Союзу.

Існують проблеми розвитку сучасного стану страхування сільськогосподарської продукції в Україні, до яких слід віднести:

- недосконалість законодавства, що регулює діяльність із страхування сільськогосподарської продукції та обмеженість його дії лише за умови реалізації державної програми здешевлення вартості страхування сільськогосподарської продукції;
- не повністю реалізовані завдання держави щодо управління ризиками у аграрному секторі;

– наявність взаємної недовіри у страховиків, які не мають достатньої інформації для розрахунку ризиків, та у сільгоспвиробників, які не мають впевненості у отриманні страхового відшкодування;

– недостатня кількість стандартних страхових продуктів для страхування різних видів сільськогосподарської продукції, наявність яких дозволяє забезпечити ефективний захист прав сільгоспвиробників, що мають невисокий рівень обізнаності у страхуванні;

– низький обсяг пропозицій страхових послуг, які відповідають потребам сільгоспвиробників, низький обсяг попиту з боку сільськогосподарських товаровиробників на страхові послуги, обумовлений недовірою до страхового ринку;

– недостатність інформації, необхідної для актуарного обчислення тарифів страхування сільськогосподарської продукції;

– низький рівень інформації про страхування сільськогосподарської продукції сільгоспвиробників, які сприймають страхування як вимушений засіб для отримання банківського кредиту або державної дотації;

– за відсутності ефективно функціонуючої системи страхування сільськогосподарської продукції високий рівень вірогідності надання прямої державної допомоги сільгоспвиробникам у випадку настання для них надзвичайних подій [3].

Альтернативними варіантами формування системи страхування сільськогосподарської продукції можуть бути:

1. Проведення пасивної державної політики (приватна модель), що передбачає розвиток системи страхування сільськогосподарської продукції на принципах ринкового саморегулювання без участі держави. За таким варіантом держава залишає за собою лише функції адміністративного втручання без застосування економічних важелів управління.

До країн з суто приватною моделлю агрострахування належать Швеція та Австралія. Оскільки вона пропагує мінімум втручання в діяльність бізнесу, то спеціальні органи з реалізації політики у сфері агрострахування та спеціальні інструменти політики у цих країнах відсутні. Але й страховий захист сільгоспвиробників мінімальний. Це переважно страхування від окремих ризиків – граду та вогню, а страхування від багатьох ризиків (мультиризикове) відсутнє. Держава економить кошти на фінансуванні та адмініструванні державних програм. Але якщо настають катастрофічні збитки, вона здійснює прями компенсаційні виплати сільгоспвиробникам.

2. Повне забезпечення державою всіх функцій зі страхування (перестрахування) сільськогосподарської продукції. За таким варіантом держава відволікає значні ресурси для здійснення страхування сільськогосподарської продукції, створює неконкурентне середовище для приватних страхових компаній, а також можуть формуватися нерівні умови отримання державної допомоги залежно від регіону.

3. Активна участь держави у створенні системи страхування сільськогосподарської продукції або системи взаємодії трьох учасників ринку страхування сільськогосподарської продукції: сільгоспвиробників, страхових компаній та самої держави. Що свідчить про запровадження моделі на основі державно-приватного партнерства[3].

До країн, де запроваджено модель агрострахування за принципом державно-приватного партнерства, належать насамперед США і Канада. Ця модель передбачає спеціальні інструменти політики. Насамперед ідеться про спільне корпоративне управління системою з боку держави та приватного бізнесу; субсидування страхової премії з метою її здешевлення; державне перестрахування катастрофічних ризиків.

Створення системи страхування сільськогосподарської продукції з активною участю держави, передбачає:

– законодавче визначення взаємодії приватного сектору та держави, запровадження ринкових механізмів фінансової підтримки сільського господарства, що дозволить зменшити навантаження на державний бюджет та зробити таке навантаження прогнозованим та керованим, а також використання досвіду та розвинутої територіальної мережі страховиків дозволить зекономити значні кошти на розбудову інфраструктури страхування сільськогосподарської продукції;

– надання адекватної підтримки держави, яка б дозволяла зменшити системну проблему дефіциту коштів сільгоспвиробників шляхом надання державної субсидії на якомога більшу частину страхової премії та стабілізувала їх діяльність у разі понесення збитків внаслідок настання несприятливих погодних умов (в тому числі катастрофічних);

– створення надійного механізму виконання страховиками зобов'язань перед сільгоспвиробниками за укладеними договорами страхування.

Отже, найбільш оптимальним для України є варіант активної участі держави у створенні системи страхування сільськогосподарської продукції, при якому приватні страхові компанії беруть на себе всі капітальні та операційні витрати, а держава виконує суто державні функції – контролю та підтримки сільгосптоваровиробника (субсидії). Здійснюючи консолідацію зусиль та збалансування інтересів сільгоспвиробників і страховиків, держава забезпечує створення необхідної інституційної структури та визначає оптимальний розподіл функцій між державним регулюванням та саморегулюванням.

Грунтуючись на найкращому міжнародному досвіді, формування системи страхування сільськогосподарської продукції в Україні повинно забезпечити оптимальне перетворення існуючих реалій на ефективну функціонуючу систему.

Література

1. Аграрне страхування в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agroins.com.ua>.
2. Аграрний страховий пул [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uaip.com.ua>.
3. Проект Концепції Національної програми страхування сільськогосподарських ризиків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.

УДК 336.717

Кучеренко А.В., студентка

Черкаський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»

ПРОБЛЕМИ КАПІТАЛІЗАЦІЇ БАНКІВ В УКРАЇНІ

Запорукою зростання національної економіки є сталий та потужний розвиток банківської системи. Головною умовою ефективного функціонування банку є наявність власного капіталу, який забезпечує його надійність, платоспроможність, ліквідність, конкурентоспроможність та привабливість для потенційних інвесторів та клієнтів. Проблемою вітчизняних банків є те, що вони працюють в більшій мірі з запозиченими та залученими фінансовими ресурсами, тому що власних ресурсів є лише незначна частина, але навіть ця частина є важливою для банку. В нелегких умовах політичної та фінансової кризи головним завданням банківського сектору є підтримання його стабільності та надійності для виконання своїх функцій та забезпечення економіки достатньою кількістю фінансових ресурсів. Отже, дослідження рівня та проблем капіталізації банків є досить важливим та актуальним питанням для нашої країни.

Рівень капіталізації банківської системи необхідно розглядати в динаміці, щоб виявити структурні зрушення показників та тенденції їх змін (табл. 1)[1].

Таблиця 1. Динаміка активів та капіталу комерційних банків України

Показники	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016
Кількість діючих банків	182	176	176	176	180	163	117
Активи банків, млн.грн.	880302	942088	1054280	1127192	1278095	1316852	1254385
Темпи зростання активів, %	–	107,02	111,91	106,91	113,38	103,03	95,26
Власний капітал, млн.грн.	115175	137725	155487	169320	192599	148023	103713
Темпи зростання власного капіталу, %	–	119,58	112,89	108,89	113,75	76,86	70,06
Регулятивний капітал, млн.грн.	135802	160 897	178454	178909	204976	188949	130974
Темпи зростання регулятивного капіталу, %	–	118,48	110,91	100,25	114,57	92,18	69,32
Адекватність регулятивного капіталу (Н2), %	18,08	20,83	18,90	18,06	18,26	15,60	12,74

Станом на 01.01.2016 року банківська система України нараховувала 117 банків, що на 46 банків менше, ніж в попередньому році, при цьому 1 з них має ліцензію санаційного банку. У порівнянні ж з 01.01.2010 року кількість банків в Україні зменшилася на 65. Причинами занепаду банківського сектору є, перш за все, недостатність ресурсної бази банку та власного капіталу. Значних негативних змін банківська система України зазнала під час фінансової кризи, анексії Криму та загострення ситуації на Сході України. Ці зміни призвели до зниження власного капіталу станом на 01.01.2016 року у порівнянні із попереднім періодом на 44310 млн. грн. Важливу роль для ефективної банківської діяльності відіграє позитивний фінансовий результат, оскільки саме збитковість більшості українських банків вже декілька років поспіль призводить до ситуації, коли розмір власного капіталу банку є меншим за його статутний капітал. Хоча в цілому банки виконували мінімально встановлені вимоги до нормативів капіталу, відмічено їхнє зниження в середньому на 25% (Н2 зменшився практично на 30%) [1].

Як бачимо з даних таблиць, починаючи з 2010 по 2014 роки банки активно почали нарощувати власний капітал. Це пояснюється тим, що у 2010 році регуляторні зміни Інструкція про порядок регулювання діяльності банків в Україні [2], згідно з якою було підвищено розмір регулятивного капіталу банків – з 75 до 120 млн.грн. Починаючи з 2014 року НБУ збільшив цей розмір до 500 млн.грн. Проте такі дії регулятора не у всіх банках призвели до бажаного результату.

Отже, лише збільшення розміру статутного та власного капіталу не можуть вирішити проблем платоспроможності вітчизняних банків. Необхідно також нарощувати ефективність використання капіталу, знижувати ризиковість активів, а також покращувати їхню якість.

Також важливою проблемою капіталізації банків в Україні є імплементація основних положень та рекомендацій Базельського комітету з питань банківського нагляду, який у 2010 році прийняв два документи «Базель III: загальні регуляторні підходи до підвищення стійкості банків та банківських систем» та «Базель III: міжнародні підходи до вимірювання ризику ліквідності, стандарти і моніторинг», які спрямовані на зміцнення банківської діяльності незалежно від фінансово-економічної нестабільності розвитку як внутрішньої, так і світової економіки. Основні вимоги спрямовані на збільшення мінімальних вимог до капіталу та поліпшення його структури [3].

Зменшення рівня капіталізації банків України означає зростання та концентрацію ризиків у банківській діяльності, Втрата капіталу робить неможливим функціонування банку і може призвести до його банкрутства. Важливість проблеми збільшення

капіталізації банківської системи визначається дією наступних факторів [4, с. 255]:

- достатній обсяг власного капіталу є необхідною умовою успішного виконання банками своєї посередницької функції у перерозподілі грошових ресурсів, ефективного кредитування виробничого процесу та просування товарів і послуг на ринок;
- рівень капіталізації визначає довіру до банківської системи з боку клієнтів, а відтак є однією із головних умов підтримання її фінансової стабільності;
- достатня капіталізація банку є необхідним елементом у системі заходів щодо забезпечення його конкурентоспроможності на ринку.

Таким чином, вирішення проблем капіталізації банківської діяльності в Україні є першочерговим завданням як рівні банківської установи, так і на рівні Національного банку України. Це дасть змогу вітчизняним банкам стабільно та ефективно працювати на фінансовому ринку.

Література

1. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
2. Інструкція про порядок регулювання діяльності банків в Україні [Електронний ресурс]: затверджена Постановою Правління НБУ 28.08.2001 р. № 368 зі змінами та доповненнями. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01>.
3. Міщенко В.І. Капіталізація банківської системи України: сьогодення та перспективи / В.І. Міщенко // Вісник Національного банку України. – 2013. – № 7. – С. 11-17.
4. Банківська система України: становлення та розвиток в умовах глобалізації економічних процесів: монографія / за ред. д.е.н., проф. О.В. Дзюбюка. – Тернопіль: Вектор, 2012. – 462 с.

UDG 336/17

Lyuta Natalia

East European University

THE ECONOMIC VALUE OF INSURANCE

This article is devoted to an overview of existing material on the economic value of insurance. The publication focuses on the political and scientific aspects of insurance. The economic strength of the country depends on banking and insurance. Insurance plays an important role for financial stability by promoting effective control of various risk categories and mobilizing people's savings in a modern economy.

The article identifies the main characteristics and developments of insurance market between banks and financial markets. Insurance has a real effect on the global economy through the number of people that the sector employs.

The insurance sector has an important role in the economic development of a country, mainly by its role of intermediary and provider of financial services and by identifying the risk transfer of the society. The insurance companies facilitate long-term investments, thus offering financial stability and encouraging the accumulation of new capital while providing both individuals and corporations with insurance in front of different risks that may affect their activity in different ways.

The insurance mechanism involves individuals or entities (policyholders) paying a fixed amount at regular intervals into a common fund (the insurance scheme), from which money compensates one or more policyholders who are victims of a predefined event under specific circumstances (scope of coverage). The key term in insurance is risk (shared risk).

Insurance plays a crucial role in alleviating people's fear of sudden misfortune by mitigating loss through services and financial compensation. By extension, it contributes to the

social protection of citizens by enhancing their financial security and peace of mind.

The insurance mechanism involves the management and mitigation of risk. It is based on a principle of shared responsibility between insurers and insured.

Commercial lines insurance include such as business interruption, workforces compensation, fire and flood, crop and shipping, and errors and omissions coverage for managers. In this regard, the manifold aspects of business insurance provide a great number of benefits to the economy as a whole.

Insurance saves jobs—which mean less human and social distress, less burden on the state welfare system and, again, more regular consumption not only from employees who keep their jobs but also from clients who would otherwise not be able to buy the company's products.

As an integral component of global asset management and investment, the insurance mechanism generally favours long-term investments that are channeled into job-creating projects and more productive sectors of the economy. These contribute to alleviating poverty and creating new asset classes, as well as supporting clean energy and eco-friendly projects. The effect is noticeable in developing countries, where life insurance assets provide the basis for investments in long-term projects such as infrastructure.

Institutional investors such as life insurers and pension funds compete agreement directly with banks. Insurance companies have improving the performance and overall efficiency of the financial sector. In developing countries insurance activities are hampered largely due to low levels of income and wealth. They create a climate of business certainty and provide small businesses with easier access to capital.

Insurance companies often provide much-needed credit to financial markets and increase the overall efficiency of the sector. Banks collect deposits and short-term savings from customers. They lend these funds to borrowers usually at a longer maturity. Insurers actually have a stabilizing role. There is a positive correlation between their long-term liabilities and long-term investments. This has an important bearing on the debate surrounding regulating financial institutions or systemic risk they represent to the global economy.

The main ways in which insurance contributes to society and economic growth can be summed up as follows:

- it permits diverse risks to be managed more competently;
- it encourages loss mitigation;
- it enhances peace of mind and promotes financial stability;
- it helps relieve the burden on governments for providing all services of social protection to citizens via social security systems;
- it facilitates trade and commerce, supporting businesses and economic evolution.

The possibility of earning insurance payments motivates some people to attempt to cause damage or losses. Without the possibility of collecting insurance benefits no one would think of arson, the willful destruction of property by fire, as a potential source of money.

References

1. Arena, M. (2006) Does Insurance Market Activity Promote Economic Growth? A Cross-Country Study for Industrialized and Developing Countries, Working Paper, World Bank.
2. Association of British Insurers (2005b) The Social Value of General Insurance, a report compiled by the Centre for Risk & Insurance Studies and the University of Nottingham. London: Association of British Insurers.
3. Brainard, L. (2008) What is the role of insurance in economic development, Zurich Government Industry Affairs thought leadership series. Zurich.
4. CEA (Comité Européen des Assurances) (2006) The Contribution of the Insurance Sector to Economic Growth and Employment in the EU, Brussels: BIS Communications.
5. Drzik, J. (2012) "Insurance Viewed from the Outside: Contributing to Financial Stability",

Etudeset Dossiers N° 384, Geneva: The Geneva Association.

УКД 336:25;4

Тібенко В. М., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ДЕПОЗИТНІ ОПЕРАЦІЇ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Депозит із засобу накопичення грошей перетворився на спосіб їх зберігання з компенсацією за використання Українці знову понесли гривню в банки. Попри війну і катастрофічну економічну ситуацію в Україні найбільш вигідним і надійним вкладенням вільних коштів сьогодні, як і раніше, залишаються депозитні вклади в банках.

Ефективна діяльність банків та масштаби їх операцій залежать від обсягу ресурсів, якими вони володіють. Більшість ресурсів комерційного банку формуються завдяки залученню коштів, серед яких можна виділити: кошти клієнтів, більшу частину яких становлять депозити, та пасиви в управлінні – це отримані банком кредити, виставлені на грошовий ринок довгострокові зобов'язання.

Виступаючи посередниками на фінансовому ринку, банки через здійснення операцій щодо залучення та розміщення грошових ресурсів організовують рух капіталу. Операції щодо залучення грошових ресурсів значною мірою пов'язують зі здійсненням депозитних операцій при формуванні ресурсної бази [1].

Взагалі вклад (депозит) – це кошти в готівковій або у безготівковій формі, у валюті України або в іноземній валюті, які розміщені клієнтами на їх іменних рахунках у банку на договірних засадах на визначений строк зберігання або без зазначення такого строку і підлягають виплаті вкладнику відповідно до законодавства України та умов договору.

Таким чином, вклади (депозити) можуть розміщуватися у банку в гривні або в іноземній валюті.

Значну увагу темі депозитів приділяли такі видатні зарубіжні вчені, як А. Маршал, А. Сміт, П. Роуз, а також вітчизняні науковці М. Алексєнко, О. Барановський, О. Дзюблук, А. Мороз, О. Огієнко, М. Савлук. У своїх працях вони розглядають економічне значення депозитних операцій, їх вплив на формування ресурсів банку.

Депозитна операція – операція із залучення коштів на вклади та розміщення ощадних (депозитних) сертифікатів. Суб'єктами депозитних операцій є комерційні банки, які виступають як позичальники, так і кредитори – власники коштів. Об'єктом депозитних операцій є кошти, що передані комерційному банку на умовах, визначених двосторонньою угодою[2].

Розрізняють депозити на вимогу та строкові депозити. Враховуючи нестабільність депозитів до запитання, що обмежує їх використання банками щодо здійснення кредитної діяльності, важливе місце в формуванні ресурсів банку займають саме строкові депозити[3].

Основною метою депозитних операцій є:

- залучення коштів для подальшого їх розміщення в активні операції;
- залучення коштів для поповнення ліквідності з метою розрахунків за зобов'язаннями.

На сьогодні кошти населення та юридичних осіб, залучені у депозити вітчизняних банків є найважливішою складовою депозитних фінансових ресурсів, необхідних для надання кредитів, фінансування інвестиційних проектів, підтримки національного товаровиробника. Таким чином, процес ефективного формування та оптимального використання залучених коштів необхідно розглядати як базовий об'єкт регулювання банківської діяльності.

Українська банківська система відрізняється значною мірою ризику, особливо в сучасних умовах збільшення масштабів банківської діяльності, розширення спектру банківських операцій, підвищення складності банківських технологій та посилення банківської конкуренції. Ризикованість банківської діяльності значною мірою впливає на обсяги залучення вітчизняними банками тимчасово вільних коштів суб'єктів господарювання, фізичних осіб та інших банків, що обмежує можливості українських банків формувати свої банківські депозитні ресурси, необхідні для розвитку економіки та забезпечення виробництва грошовими коштами.

Широкий спектр депозитних банківських операцій відображає глибоку інтеграцію банків у життя суспільства, а тому стабільність банківської системи є однією з передумов стабільності економіки в цілому. На сучасному етапі розвитку економіки України депозитні продукти банків у порівнянні з іншими формами інвестування тимчасово вільних фінансових ресурсів фізичних осіб та суб'єктів господарювання є найбільш простим варіантом розміщення коштів. Оскільки діяльність на фондовому ринку чи на ринку нерухомості потребує розпорядження крупними сумами вільних коштів, проблема ефективної діяльності банків із залучення коштів фізичних осіб та суб'єктів господарювання саме на банківські депозити у подальшому набуватиме усе більшої актуальності, що обумовлює необхідність підвищення рівня надійності банків, особливо в умовах нестабільності економіки.

Література

1. Співак С.І. Депозитна політика комерційних банків / С.І. Співак // Науковий вісник Луганського національного аграрного університету. Економічні науки. – 2009. – № 6. – С.28-32.
2. Постанова Правління Національного банку України 30.06.98 N 250/.
3. Про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними і фізичними особами: Положення НБУ пункт 1.2 №437 від 15.09.2004

УДК 330.4:510.644.4

Ховайба Ю.О., магістр

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

БАЗОВІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМИ ПОТОКАМИ БАНКІВ

Менеджмент кредитних операцій банку розглядається багатьма фахівцями в якості ключового важеля управління та розвитку, бо саме кредитні операції не лише займають домінуюче положення в портфелі послуг багатьох банків, а й визначають значну частку прибутків банків.

При цьому основна мета управління кредитними потоками банків полягає в ефективному розміщенні наявних ресурсів, тобто максимізації можливих доходів при мінімальному ризику, і підтримці разом з цим прийнятної ліквідності банку.

Виходячи з цього, до основних задач банківського менеджменту в сфері управління кредитними потоками можна віднести:

- забезпечення прибутковості банку;
- підтримку ліквідності банку на достатньому рівні з урахуванням існуючих вимог та обмежень, тобто – забезпечення зворотності (без втрати вартості) вкладених коштів або залучення нових ресурсів для погашення зобов'язань банку. Тож необхідно прагнути до забезпечення необхідного рівня ліквідності банківських операцій, одночасно забезпечуючи достатній рівень прибутковості діяльності банку;
- нейтралізацію можливих втрат через надмірний ризик клієнтів або внаслідок змін умов функціонування на ринку;

– формування адекватного вимогам ринку комплексу банківських послуг.

Іншими словами, головна мета процесу управління кредитними потоками банку полягає в оптимізації руху кожного окремо взятого фінансового потоку та його елементів в аналізованому інтервалі часу, у замиканні один на одному окремих груп вхідних і вихідних фінансових потоків з метою досягнення максимально можливого рівня прибутку для банку. Для цього необхідно:

– аналізувати стан фінансових потоків з моменту їхнього входу в банк до моменту їхнього виходу;

– спрямовувати рух не тільки кредитними потоками, а й всіма різновидами фінансових потоків банку.

Водночас зовнішнє середовище також формує свої переваги й обмеження, створює впливи, які обурюють сталість потоків різноманітних ресурсів банку, що зумовлює необхідність відслідковувати і враховувати їх у процесі управління кредитними потоками. Насамперед це:

– ряд нормативів і обмежень, встановлених органами нагляду;

– макроекономічні фактори і стан ринку взагалі, і фінансового зокрема;

– напрямки розвитку підприємництва загалом;

– зусилля конкурентів;

– розробка і впровадження нових банківських продуктів, технологій, прийомів тощо.

Разом з цим, усі задачі банківської політики повинні відповідати інтересам споживачів активних банківських продуктів – клієнтів банку, таких як:

– адекватність якісних характеристик банківської послуги потребам. Зокрема це стосується обсягів, термінів кредиту, порядку його одержання, оформлення, погашення тощо;

– прийнятна величина оплати за ресурси (відсоток, комісійні);

– адекватність умов і вимог повернення (погашення) можливостям клієнта;

– відсутність зайвої складності і твердості в умовах одержання й обслуговування кредиту, у заходах щодо повернення коштів;

– можливість одержання комплексу послуг або додаткової допомоги, наприклад, у вигляді консультацій, роботи з проблемними кредитами.

Таким чином, варто розуміти, що управління кредитними потоками - це, перш за все, управління якістю конкретного продукту, яке вимагає враховувати цілий комплекс факторів впливу на відповідну діяльність банку в цілому. Підгрунття означеного є й те, що кредитні потоки банку не діють якимось незалежно, вони є визначеною складовою загального фінансового потоку банку. Розгляд методичних основ управління кредитними потоками передбачає врахування різноманітних методів та теорій, які були розроблені в процесі розвитку банківської діяльності та стали класичними. Таким чином, базову основу управління кредитними потоками банку, з одного боку, складають різноманітні методи та підходи щодо управління окремими складовими банківського менеджменту, а, з іншого, – методи та підходи, які враховують специфіку його кредитної діяльності, але спрямовані по суті на розв'язання деякої ключової задачі банківського менеджменту.

Значним важелем досягнення прийнятного рівня ліквідності банку є визначена частка його короткострокових позичок, які погашаються вчасно. Це вже безпосередньо стосується руху кредитних потоків. Однак при цьому важливо обмежити частку нестійкого кредитного потоку в загальному обсязі прямого кредитного потоку банку, що стикається вже з іншою задачею банківського менеджменту як управління ризиками. Деякої мірою рішенням такої задачі може бути застосування теорії очікуваного доходу,

у межах якої банківську ліквідність можна планувати, якщо в основу графіка руху кредитних ресурсів покласти майбутні доходи позичальника.

Еволюція банківської теорії й практики призвела до розуміння того, що в багатьох своїх проявах ризик є величина керована, необхідно більш чітко і всебічно враховувати недоліки процесу управління кредитами, які обумовлені, наприклад, неповною обробкою наявної інформації про позичальника, або наявністю взаємозалежних впливів різних фінансових потоків банку. Рішенню зазначеного, в першу чергу сприятиме стратегія управління кредитними потоками банку, яка за своєю суттю повинна враховувати можливі негативні прояви відповідного управління та визначати напрямки їх уникнення або подолання.

При цьому потреби банків у ліквідності задовольнялися завдяки ефективному управлінню кредитами. Тож не випадково, що однією з перших серед теорій управління банківською ліквідністю є теорія комерційних позичок [1]. Відповідно до цієї теорії банк зберігає свою ліквідність, поки його активи розміщені в короткострокові позички та вчасно погашаються при нормальному стані ділової активності підприємств. З погляду потокового підходу управління банком це означає спорідненість кредитних потоків та потоків товарів від виробництва до споживання.

При підході до розміщення ресурсів з позицій загального фонду надто багато уваги приділяється ліквідності і не враховуються розходження вимог ліквідності стосовно вкладів до запитання, ощадних вкладів, строкових вкладів і основного капіталу, що служить причиною наростаючого скорочення норми прибутку, а відтак зниженню міцності загального кредитного потоку [2].

У сучасній теорії банківської справи управління кредитними потоками переважно через управління активами і пасивами та визначається як скоординоване управління банківським балансом, яке спирається на альтернативні сценарії зміни ставки відсотка і ліквідності. Такий підхід з'явився завдяки розвитку стратегії управління спредом (цінового показника, який характеризує різницю між ставками по розміщених та залучених ресурсах), яка безпосередньо аналізує взаємозалежність впливу окремих елементів різних фінансових потоків банку. Тобто головним важелем управління стали ті елементи основних фінансових потоків банку, які відповідають за цінову складову в русі фінансових потоків, а саме потоків, які є взаємозалежними із значеннями відповідних відсотків.

Тож традиційна точка зору, що весь доход банку виникає від позик і інвестицій, поступилася місцем розумінню того, що насправді – банк продає цілий пакет фінансових послуг.

Модифікацією стратегії управління спредом є, щонайменше, стабілізація величини маржі банку – різниці між процентними надходженнями і процентними витратами, тобто безпосередньо складовими елементами відповідних потоків (див. міркування попереднього підрозділу). Разом з цим, як правило, аналізується:

- підвищення або зниження процентних ставок;
- зміна спреду;
- зміна структури процентного доходу і процентних витрат;
- зміни в обсягах активів, що приносять доход;
- зміни в обсягах пасивів, що взаємозалежні з витратами процентних ставок, які банк використовує для фінансування свого портфеля, що приносить доход, активів при розширенні або скороченні загального масштабу діяльності тощо.

При цьому для стабілізації або підвищення чистого процентного доходу в короткостроковій перспективі, як правило, використовується хеджування ризику процентних ставок, яке загалом відображує так зване управління гепом [3].

Ще одним напрямком управління кредитними потоками банку можна назвати застосування різноманітних математичних моделей управління активами, до основних вирішуваних завдань яких належать:

- розподіл вільних ресурсів по активах;
- прогноз майбутнього розподілу ресурсів на підставі прогнозу економічної ситуації;
- розв'язання питань щодо зниження ризику за допомогою спеціальних інструментів банківської політики [4].

Незважаючи на таку різноманітність підходів, теорій, моделей щодо управління кредитними потоками банку, обрання деякого одного різновиду інструментарію відповідного управління є недоцільним, бо не враховує безліч умов та факторів руху фінансових потоків, які за своєю природою повинні бути безперервні. Разом з цим жоден з розглянутих підходів не дає повною мірою оптимального вирішення задачі остаточного збалансування кредитних ресурсів і внесків по термінах і сумах, що є досить вагомим з погляду сталості руху кредитних потоків.

Проведений аналіз дозволяє визначити два напрямки управління кредитними потоками банку:

- перший з них стосується безпосереднього впливу на ті елементи кредитного потоку, які ототожнюються з ресурсами банку. Тобто стійку та нестійку частину кредитного потоку;
- другий передбачає управління кредитними потоками завдяки впливу на ті складові потоку, які визначають його параметри з погляду ліквідності та вартості. В даному аспекті до цих частин кредитного потоку можна віднести потік процентних доходів та співвідношення між стійкою і нестійкою частинами потоку, або нестійкою та зворотним кредитним потоком банку.

Таким чином, незалежно від того, який підхід застосовується щодо управління кредитними потоками банку, необхідно розглядати цей процес у тісному взаємозв'язку з управлінням його різноманітними фінансовими потоками, що підпорядковані основній меті управління кредитними потоками – мінімізації ризиків на фоні максимальної прибутковості відповідних операцій у поєднанні з забезпеченням необхідного рівня ліквідності.

Література

1. Реверчук С. К. Банківська система: підручник/ Реверчук С. К. – Львів: Магнолія, 2013. – 400 с.
2. Відлацький В. Сучасний стан міжбанківських кредитних операцій та їх дієвість у забезпеченні ліквідності банківської системи України / В. Відлацький, А. Олійник // Кримський економічний вісник. – 2014. – № 3(10). – С. 14–17.
3. Примостка Л.О. Фінансовий менеджмент банку: навч. посібник/ Примостка Л.О. – К.: КНЕУ, 2011. – 280 с.
4. Горбунов А. Управление финансовыми потоками. / А. Горбунов – М.: Глобус, 2004. – 240 с.

УДК 330.341.1.014

Яхненко О.П., магістр

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ

Питання з проблем фінансового забезпечення науки й інновацій вже тривалий час актуальні і стали об'єктом дослідження провідних науковців. Останнім часом опубліковано низку праць вітчизняних дослідників, де розглянуто питання означеної

проблематики, зокрема, фінансово-кредитного механізму інноваційної моделі розвитку економіки України, аналізу бюджетного фінансування наукових досліджень і розробок, джерел фінансування інноваційних діяльності і ролі фінансових інститутів у залученні коштів до інноваційної сфери, визначення підходів до побудови інвестиційної політики підприємства з урахуванням фінансових ускладнень в умовах перехідного періоду за впровадження інновацій та методів економічного стимулювання інноваційної діяльності і оцінки інноваційних проєктів, обґрунтування умов і оцінки фінансової ефективності впровадження інноваційних програм, особливостей лізингового фінансування в науково-технологічній сфері, шляхів розвитку кредитного забезпечення інноваційної діяльності. Питання розвитку національних інноваційних систем і фінансових методів стимулювання інноваційного розвитку розглянуто в працях російських дослідників.

Крім розглянутих проблем залишається ряд питань, пов'язаних з розробкою і запровадженням фінансових механізмів регулювання інноваційної діяльності та розвитку інноваційних процесів, які потребують подальшого розгляду. До таких належать удосконалення непрямих методів стимулювання інвестицій в інноваційну сферу, зокрема – спрямованості податкової системи на розвиток інновацій, вдосконалення процедури визначення пріоритетів державної фінансової підтримки інноваційної діяльності. Крім того, важливим стає завдання досягнення максимального залучення фінансових ресурсів до інноваційного процесу, а також розробки механізму ефективного їх використання, активізації існуючих методів фінансування і запровадження нових.

Удосконалення нових методів управління інноваційною діяльністю і підходів до вирішення цього питання, в тому числі і до фінансового забезпечення інноваційної діяльності, пов'язано насамперед з дослідженням теоретичної суті і ролі інновацій.

Термін "інновація" був уперше введений Й.Шумпетером та Г.Меншем, що в буквальному перекладі означає втілення наукового відкриття, технічного винаходу у новій технології або у новому виді виробу.

Роль, значення та місце інновацій у розвитку суспільства активно вивчалися і вивчаються великою кількістю вчених, тому існує багато визначень цієї категорії, зміст якої постійно збагачувався під впливом економічного розвитку суспільства.

Всі визначення інновацій, як економічної категорії, можна віднести до п'яти основних підходів, які були запропоновані вченими і дають змогу всебічно розкрити таку комплексну категорію, як інновація:

- об'єктний підхід – в якості інновації виступає об'єкт – результат НТП – нова техніка, технологія, метод тощо. Розрізняють базисні (радикальні), поліпшуючі та псевдоінновації;

- процесний підхід – під інновацією розуміють комплексний процес, який містить розробку, впровадження у виробництво і комерційну реалізацію нових споживчих цінностей – товарів, техніки, технології, організаційних форм, тощо;

- об'єктно-утилітарний підхід – в якості інновації розуміють нову споживчу вартість, яка базується на досягненнях науки і техніки та здатна задовольняти суспільні потреби з більшим корисним ефектом;

- процесно-утилітарний підхід – інновація представляється, як комплексний процес створення, розповсюдження і використання нового практичного засобу;

- процесно-фінансовий підхід – під інновацією розуміють процес інвестування в новітні, вкладення коштів в розробку нової техніки, технології, наукових досліджень.

Найпоширенішими і узагальнюючими з-поміж них є перші два підходи, але найприйнятнішим в сучасних умовах є саме п'ятий підхід, в якому акцент робиться на фінансовій складовій інновацій. Варто зазначити, що специфічні особливості інновацій,

пов'язані з великими витратами, довготривалістю розробок, підвищеною ризикованістю, зумовлюють необхідність детальної розробки механізму фінансування інновацій, який би враховував специфіку інноваційної діяльності. Використання того чи іншого значення інновацій зумовлено сферами та конкретними завданнями його застосування.

Підсумовуючи й узагальнюючи наявні в літературі трактування терміну «інновація», можна виділити наступні характерні риси властиві цьому поняттю: по-перше, «специфічний зміст інновації складають зміни, а головною функцією інновацій – є функція змін», тобто в підґрунтя інновації покладено зміну на нове, рідкісне і суттєве зрушення, застосування вперше; по – друге, інновація слугує повнішому задоволенню потреби, чи її модифікації, тобто однією з основних завдань інновації є більш високий рівень задоволення потреби; по-третє, впровадження інновації сприяє підвищенню ефективності в сфері її застосування, за економії витрат чи створення умов для цього; по-четверте, поряд з такою найважливішою характеристикою інновації, як новизна (науково-технічний аспект) не менш важливим стає комерційний успіх (економічний аспект). Комерційний аспект визначає інновацію як економічну необхідність, усвідомлену опосередковану потребами ринку.

Одним із шляхів подолання кризи в економіці України є стимулювання інвестиційної й інноваційної активності, удосконалення механізмів залучення інвестицій, повне та всебічне використання маркетингових підходів до пошуку та залучення інвестицій [2].

Система механізмів фінансового забезпечення включає такі групи механізмів:

- механізми мобілізації власних коштів, основою яких є реінвестування прибутку, що залишився у розпорядженні підприємства та інвестування за рахунок амортизаційних відрахувань;

- механізми мобілізації позичкових коштів включають використання інвестиційних позик, венчурне фінансування, інвестування за рахунок реалізації облігацій підприємства, а також використання інвестиційного лізингу та інвестиційного селенгу. Інвестиційний селенг являє собою досить перспективний напрямок фінансування інвестицій, що передбачає передачу за певну плату прав користування та розпорядження майном власника (устаткування, будинками та спорудженнями, запасами сировини та матеріалів, цінними паперами, грошовими коштами, продуктами інтелектуальної праці). Зарубіжна практика свідчить про високу ефективність даного механізму формування інвестиційних ресурсів і поширюється у вітчизняній практиці;

- механізми мобілізації залучених коштів – це залучення коштів від емісії цінних паперів, залучення коштів від розміщення цінних паперів на вторинному ринку, розширення статутного капіталу за рахунок додаткових внесків[1].

Фінансове забезпечення, представлене переліченими групами механізмів можуть бути використані для управління процесами інноваційного розвитку ринкових можливостей, у тому числі для управління формуванням оптимальної структури інвестиційних ресурсів у реалізацію проектів інноваційного розвитку суб'єктів господарювання.

Література

1. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком : навчальний посібник./ С.М. Ілляшенко – 3-тє вид., стер. – Суми : Університетська книга, 2014. – 324 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследования предпринимательской прибыли, капитала и цена конъюнктуры): Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с

СЕКЦІЯ 3
АНАЛІЗ ТА КОНТРОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 657.52:3378

Парасій-Вергуненко І.М., д.е.н., професор*Київський національний економічний Університет ім. В. Гетьмана***ПРОБЛЕМИ СТАНДАРТИЗАЦІЇ МЕТОДИК ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ**

Посилення вимог до прискорення реформування економіки країни та окремих її регіонів, що супроводжується активізацією діяльності фондового ринку, висуває нові вимоги до удосконалення обліково-аналітичного забезпечення управління діяльністю суб'єктів господарювання і зокрема акціонерних товариств. Нині найактуальнішим проблемним полем інформаційного забезпечення всіх учасників ринкових відносин є не тільки інформація про результати роботи, але й аналітичні прогнози щодо перспектив розвитку кожного економічного суб'єкта. Це питання є достатньо складним і передбачає вирішення низки завдань: посилення достовірності й прозорості такої інформації, розширення її складу та інформативності, дотримання термінів подання цієї інформації, вільний доступ до неї всіх зацікавлених користувачів. При цьому занадто великий обсяг інформації, що підлягає розкриттю у фінансовій звітності, може призвести до її розпорощення і підвищення трудомісткості обліково-аналітичних процедур. Водночас, суб'єкти господарювання не завжди зацікавлені в оприлюдненні окремих видів інформації, які можуть призвести до порушення конфіденційності та комерційної таємниці і поставити під загрозу їх конкурентоспроможність.

Стрімкий розвиток ринкової економіки став фундаментом для побудови різних сурогатних моделей оцінки фінансового стану підприємств, в основу яких закладено методики, що запозичені із зарубіжної теорії та практики. Проведене дослідження чинник вітчизняних методик фінансового аналізу показало, що вони суттєво різняться як за складом аналітичних показників, так і за алгоритмами їх розрахунку, критеріальними значеннями їх оцінки. Методичні рекомендації, що надаються різними відомствами і міністерствами, спрямовані на аналіз фінансового стану підприємств у конкретних умовах, наприклад, при приватизації, санації, банкрутстві, аудиторських та податкових перевірках. Проте існує потреба у розробленні загальної уніфікованої методики фінансового аналізу діяльності підприємств.

На думку Є.Є. Іоніна «процес удосконалення системи розкриття інформації про діяльність акціонерних товариств (створення стандартів обліку та звітності; формування стандартів аудиту) має бути логічно завершений створенням стандартів аналізу, які включають стандартизацію термінології та алгоритмів розрахунку окремих аналітичних показників. При цьому аналітична компонента складу інформації про суб'єкт господарювання обов'язково має враховувати рівень формування такої інформації, її призначення та цільових користувачів. Стандартизація розрахунку аналітичних показників створює передумови для автоматизації аналітичного процесу, можливості їх зведення на регіональному та галузевому рівнях, знижує трудомісткість такого виду робіт»[1, с.151-152].

Серед об'єктивних чинників, що зумовлюють необхідність стандартизації фінансового аналізу, можна виділити такі.

Перша група чинників пов'язана з посиленням інтеграційних процесів, активним входженням іноземного капіталу на ринок України, що вимагає уніфікації та наближення методології вітчизняного фінансового аналізу до принципів та стандартів, що склалися в зарубіжній практиці. Необхідність залучення іноземних інвесторів і радників з економічних питань вимагають від інформаційного забезпечення процесу

управління суб'єктами господарювання зрозумілих для зарубіжних партнерів правил і принципів її аналітичної інтерпретації.

Друга група чинників пов'язана із зміною форми власності більшості господарюючих суб'єктів. Це означає, що першочергового значення для управління набувають цілі й задачі, що спрямовані на об'єктивну оцінку інвестиційної привабливості об'єктів інвестування, в основі якої лежить орієнтація на зростання вартості капіталу компаній та їх прибутковості на основі даних фінансової звітності.

Вибір переліку показників та тематичних аналітичних блоків, способів узагальнення отриманих результатів залежить від мети аналізу та інтересів споживачів аналітичної інформації, проте загальна методика розрахунків тих чи інших показників має бути стандартизована з урахуванням змін нової фінансової звітності, затвердженої в 2013 році.

Важливим напрямом досліджень є питання досягнення відповідності аналітичних показників фінансового аналізу вимогам міжнародних стандартів розкриття інформації. В результаті проведення компаративної порівняльної оцінки діючих методик фінансового аналізу виявлена невідповідність назв і алгоритмів розрахунку окремих показників, в окремих з них використовується стара термінологія та відмінності у нормативних значеннях показників (або взагалі їх відсутність). Для окремих показників, що мають однаково назву в різних методиках, пропонується різний алгоритм розрахунку, або навпаки, однакові за змістом показники мають різну інтерпретацію своєї назви. Все це робить результати фінансового аналізу, проведеного за різними методиками, неспівставними для різних суб'єктів господарювання.

Вважаємо з доцільне при розробленні стандартів аналізу фінансової звітності суб'єктів господарювання виокремлювати два блоки аналітичної інформації. *В перший* - має бути включений обов'язковий набір показників, який може бути використаний для оцінки фінансового стану будь-якого підприємства незалежно від його галузевих особливостей та специфічних цілей споживачів інформації. Критеріальні значення того чи іншого показника мають ґрунтуватися на середньогалузевих значеннях, які повинні оприлюднюватися в статистичних бюлетенях або інших довідкових виданнях, і з часом можуть змінюватися залежно від ризику та економічної ситуації в країні.

Другий аналітичний блок має містити додаткову аналітичну інформацію, що дає змогу розширити та поглибити аналіз діяльності підприємства за рахунок показників, що характеризують відповідні особливості галузі, та враховує різні інтереси стейкхолдерів. При цьому другий блок аналітичної інформації може включати не тільки методику розрахунку окремих одиничних показників, а й узагальнюючу оцінку діяльності економічних суб'єктів з урахуванням інформаційних інтересів кредиторів, інвесторів, податкових органів, потенційних інвесторів, а також розроблені середньогалузеві критерії оцінки окремих показників.

Стандартизація фінансового аналізу передбачає розроблення мінімальної кількості показників, уніфікації назв і алгоритмів їх розрахунку. Враховуючи міжнародний досвід до розкриття аналітичної інформації та змістовне наповнення вітчизняних методик фінансового аналізу (яке також ґрунтується за зарубіжному досвіді) пропонуємо аналіз фінансової звітності проводити в межах обов'язкового блоку аналітичної інформації, незалежно від особливостей фінансово-господарської діяльності, за такими тематичними напрямками: оцінка майнового стану; фінансова стійкість, ліквідність та платоспроможність; ділова активність; рентабельність (прибутковість) діяльності. З урахуванням сучасних тенденцій і запитів до проведення фінансового аналізу пропонуємо доповнити традиційні тематичні блоки такими напрямками досліджень як аналіз ринкової активності підприємств, аналіз грошових

потоків, аналіз власного капіталу.

Література

1. Іонин Є.С. Система показателів оцінки імущественного положення підприємств: Монографія. – Донець: ООО «Ого-Восток», ЛТД», 2006. – 431 с.

УДК 657

Кіндрацька Л.М., д.е.н., професор
ДВНЗ «Київський національний економічний університет» ім. В.Гетьмана
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ В УПРАВЛІННІ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Об'єктивно, інформація є важливим ресурсом будь-якої підприємницької діяльності. Водночас із матеріальними і людськими ресурсами її використання в управлінні забезпечує обґрунтованість кожного управлінського рішення. Безперечно, інформація формується на кожному етапі підприємницької діяльності, зокрема в частині використання матеріальних і людських ресурсів. З огляду на це, формується комплексна картина ведення цієї діяльності. Втім, інформація не може бути самостійним ресурсом, відірваним від інших елементів виробництва. Можливо її навіть не логічно прив'язувати до складових виробничого процесу, хоча вона створюється, накопичується, аналізується, врешті узагальнюється і вже в узагальненому вигляді використовується в процесі коригування управлінських рішень.

Закономірно у цьому сенсі визначитись із можливістю обліково-аналітичної інформації забезпечити підприємницьку діяльність.

Протягом останніх років словосполучення обліково-аналітичне забезпечення набуло поширення у наукових дослідженнях і досить часто виноситься у назви кандидатських і докторських дисертацій. Можливо це данина моді, а можливо – зміна підходів до інформації як цінного ресурсу в умовах інформаційної економіки.

Загалом, дещо некоректно вести мову про чисто обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності. Інша річ – роль і значення обліково-аналітичної інформації у забезпеченні підприємницької діяльності. Науковцям вкрай необхідно визначитись із зазначеними підходами і усвідомити, що основна частина інформації продукується системою бухгалтерського обліку, а бухгалтерський облік як специфічна інституція сучасної інформаційної економіки починається із фактів господарської діяльності. Саме факт господарської діяльності відомий дослідник в обліковій сфері Я.В. Соколов визначив елементарним моментом господарського процесу, що змінює або підтверджує склад засобів підприємства або їх джерел або склад засобів і джерел одночасно [1, с.11].

За фактами господарської діяльності формується спочатку облікова інформація, яка в подальшому підпадає під процедури аналізу і за результатами його здійснення формується аналітична узагальнена інформація, яка якраз і використовується в процесі ухвалення управлінських рішень. Отож, нема сенсу її розглядати як обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності. Інша справа, що в процесі обліку і аналізу фактів господарського життя можливо отримати інформацію у будь-яких зрізах, що необхідна для управління. Безумовно, запити управління - річ суб'єктивна. Водночас господарський факт – об'єктивний, оскільки стосується реального бізнесу, безвідносно до комплексу інформації, що її можливо накопичувати в процесі його здійснення. Такий погляд на зазначене, підтверджує наявну реформаційну зміну у системі бухгалтерського обліку – її організаційний поділ на фінансовий та управлінський облік і існування (поки що) підсистеми податкових розрахунків. Загалом, підвищується інформативність системи бухгалтерського обліку і її можливості

відповідати запитам керівництва стосовно повноти отримуваної інформації, її достовірності та оперативності. Водночас, на поверхні здавалося б беззаперечної істини щодо зазначеного, виникає своєрідний парадокс: різна інформація для різних користувачів. Що це? Необхідність застосування різних методик чи різних облікових інструментів стосовно одних і тих самих фактів господарського життя. У цьому контексті однією зі складних методологічних проблем є відображення у фінансовій звітності інформації щодо вартості знецінених фінансових інструментів. Мова йде про зниження їх корисності.

У банківській практиці така процедура досить поширена, оскільки стосується формування резервів під можливі збитки банків від знецінення портфелів цінних паперів, непогашення кредитної заборгованості та несплати контрагентами нарахованих процентних доходів. Слід урахувати що особливості здійснення банківських операцій призвели до необхідності розподілу балансової вартості окремих активів на елементи. Йдеться про дисконт, премію за операціями з надання (отримання) кредитів, придбання цінних паперів, здійснення операцій з депозитними рахунками. Загалом дисконт (премія) виникає на етапі здійснення операції. Далі протягом обліковування фінансового інструмента на балансі, виконується щомісячна операція з амортизації дисконту (премії). Якщо дисконт є додатковою часткою процентного доходу, то премія зумовлює його зменшення, порівняно з основними юридичними умовами здійснення операції [2]. Інформація за цими операціями накопичується на відповідних рахунках бухгалтерського обліку банків України, відтак є вагомим чинником ухвалення відповідних управлінських рішень, недивлячись, що ця інформація – продукт підсистеми фінансового обліку.

З впевненістю можна стверджувати, що бухгалтерський облік водночас із аналітичними процедурами є важливими складовими (а в контексті ухвалення управлінських рішень – основними) загальної інформаційної системи підприємства. У сучасних умовах обліково-аналітична інформація набуває чітких характеристик специфічного товару, що має свою споживчу вартість. Саме споживча вартість спрямовується на задоволення запитів різних груп користувачів інформації. Широкі інформаційні можливості, передусім, системного бухгалтерського обліку відкривають «зелену вулицю» аналізу господарської діяльності як у його традиційному сенсі, так і його новому напрямку – бухгалтерського аналізу.

Обґрунтовуючи важливість поєднання облікових і аналітичних процедур у єдиному обліково-аналітичному процесі, слід погодитись, що бухгалтерський облік – це передусім, аналіз [3,с2].

Якщо весь масив сформованої інформації окреслити поняттям економічна інформація, то все одно її основою буде бухгалтерська інформація, щодо якої для використання в процесі управління слід застосовувати широкий спектр аналітичних процедур. Важливо, у процесі формування інформації дотримуватись вартісного обмеження на корисну інформацію. Тобто інформації має бути стільки, скільки її необхідно для обґрунтування конкретного управлінського рішення. Мова йде про адресність інформації. Це визначає об'єктивну необхідність спочатку вивчити запити користувачів і тільки після цього запустити в дію механізм формування інформації, потрібного рівня деталізації і відповідного обсягу. Необхідно також урахувати зацікавленість прогресивних керівників у питаннях підвищення ефективності традиційних процедур бухгалтерського обліку. Йдеться про впровадження в організацію бухгалтерського обліку підходу, «орієнтованого на результат». Це, своєю чергою накладає критерій «корисності» на весь масив інформації, що є продуктом системи бухгалтерського обліку. За такого підходу підвищується значення інформації

управлінського обліку. Врешті бухгалтерський облік трансформується і набуває ознак концептуальної моделі здійснення підприємницької діяльності, використання якої забезпечує ухвалення тих управлінських рішень, які є результатом обґрунтованого обрання із можливих багатоваріантних.

Обліково-аналітична інформація забезпечує ухвалення обґрунтованих управлінських рішень, є важливим елементом управління підприємницькою діяльністю. З огляду на це обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності неможливе, оскільки вона (діяльність) є багатовекторною сферою, здійснення фактів господарського життя які існують як реальність, але потребують певного обліково-аналітичного забезпечення як підтвердження правових норм і доцільності їх здійснення, повноти відображення в обліку і узагальнення у звітності.

Література

1. Соколов Я.В. Бухгалтерский учет как сумма фактов хозяйственной жизни /Я.В. Соколов. – М.: - магистр; ИНФРА. М, 2010.- 221 с.
2. Постанова Правління Національного банку України «Про затвердження Правил бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України від 18.06.2003 р. № 255 (зі змінами і доповненнями). - /Електронний ресурс – Режим доступу:<http://zakon4.rada.gov.ua/lauvs/spouv/z0583-03>.
3. Шеремет А.Д. Методологические подходы к детализации и объединению учетно-аналитических дисциплин /А.Д. Шеремет// Экономический анализ: теория и практика. – 2006.-№7.-с.2.

УДК 657.635.4

Гільорме Т.В., к.е.н., доцент
Щербак А.Ю., студентка

Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ПЕРСОНАЛУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Україна належить до країн з високим освітнім рівнем населення, що знаходиться на порозі корінних змін у суспільному розвитку, розбудовує гармонійне, справедливе, гуманне суспільство, де метою діяльності всіх економічних, політичних контрагентів виступає Людина, з властивими їй прагненням до самовдосконалення, самореалізації. Праця є не тільки головним чинником створення продуктивних сил, рушійною силою інформаційної ери економіки, але й джерелом розвитку самої людини, реалізації її творчих, інтелектуальних здібностей. Саме внутрішній аудит, зі своєї специфічним інструментарієм, процедурами, дозволяє суб'єктам господарювання здійснювати комплекс системи консультативної підтримки, аналітичної оцінки та незалежної експертизи формуванню, використанню, розвитку, ефективності праці персоналу.

У сучасних економічних школах представлено безліч напрямків досліджень з проблематики методології аудиту персоналу підприємства. Так, Фриман С.В. розробив основні складові проведення аудиту персоналу при прийнятті кадрових рішень [5, с. 153]. Рачинський А.П. запропонував інструментально-технологічний засади аудиту розглядати у контексті технології стратегічного управління [3, с. 30]. Селіна А.І. розробила групування внутрішніх стандартів аудит персоналу [4, с. 56]. Особливий інтерес становить концепція Кібанова А.Я., в межах якої розроблено модель технології аудиту персоналу, запровадження якої чітко розподіляється між підсистемами управління персоналом, кожна із яких наділяється відповідними функціональними повноваженнями по її реалізації [2, с. 128].

Аналізуючи аудит персоналу як один із видів технології стратегічного управління

доцільно чітко виходити із розуміння двох його рівнів: внутрішній аудит (керівником конкретної організаційної структури і поширюється на діагностування персоналу та його діяльності, який безпосередньо йому підпорядкований); зовнішній аудит (діагностування умов та факторів, які впливають на діяльність персоналу і тим самим висувають нові критерії вимог до його діяльності).

Виходячи із того, що основним технологічним прийомом здійснення аудиту персоналу на підприємствах є діагностування його діяльності, доцільно виокремити основні структурні елементи реалізації діагностування, за допомогою яких і здійснюється аудит персоналу. Такими структурними елементами технології діагностування виступають [2, с. 28]:

1. Моніторинг (механізми збору даних про діяльність персоналу, його керованість, які забезпечують виявлення на цій основі найбільш важливих тенденцій і невирішених проблем по управлінню персоналом в межах даного підприємства).

2. Аналіз (розподіл системи управління персоналом на складові елементи, що тим самим дозволило б дослідити і визначити його фактичний стан, ідентифікувати найбільш істотні характеристики та критерії вимог якими має володіти персонал певного функціонального підрозділу підприємства).

3. Оцінка (визначення рівня ефективності кадрового потенціалу і системи управління персоналом шляхом співставлення фактичних знань, вмінь і показників їх відповідності конкретним параметрам, критеріям, нормам, правилам, принципам, стандартам, цілям і завданням підприємства).

4. Перевірка функціонування персоналу конкретного структурного підрозділу на предмет відповідності його діяльності трудовому законодавству та дотримання його прав.

5. Експертиза документації по управлінню персоналом (положень, інструкцій, регламентів, правил, кодексів і так далі), оцінка їх повноти і достатності, правильності складання і ефективності використання у процесі управління персоналом.

6. Ревізія кадрового діловодства на предмет контролю дотримання, затверджених трудовим законодавством правил і норм ведення кадрового обліку, достовірності і об'єктивного віддзеркалення в документах дійсного положення, відсутність порушень.

7. Запровадження нововведень щодо діагностування діяльності персоналу, для практичного використання прогресивних ідей, винаходів, результатів діяльності персоналу.

8. Розробка рекомендацій - письмовий або усний відгук, порада або вказівка про певний образ дій, вдосконалення методів по управлінню персоналом для досягнення цілей і завдань підприємства.

Нами пропонується проводити внутрішній аудит персоналу згідно фази кар'єрного циклу працівника на підприємстві [1]. При застосуванні концепції життєвого циклу персоналу необхідно, на наш погляд, враховувати сучасні тенденції формування нового типу економіки, заснованого на знаннях. Постійний розвиток персоналу протягом всього життя, надбання нових, знань, вмінь, підтримку здоров'я та належного рівня життя є необхідною умовою інформаційного суспільства.

Кар'єрне зростання відображає напрямок, послідовність і динаміку розвитку службової кар'єри працівника, обґрунтовує логіку і перспективи професійно-ієрархічного просування в рамках всього трудового періоду життєвого циклу. Період кар'єрного зростання конкретного працівника виходить, як правило, за межі одного підприємства.

Однією з визначальних характеристик цього багатогранного, специфічного і багато в чому імовірного процесу стає циклічність. Періодичне повторення таких стійко

здійснюються послідовностей, як підбір – підготовка, розстановка, праця – оцінка – просування, ресурс – резерв – склад та інші. багато в чому визначає не тільки побудова власне кар'єрного процесу, але і здійснення основних процедур управління ним. Це вказує на необхідність циклічного планування основних кар'єрних процедур, обумовлює введення поняття «кар'єрний цикл працівника», яке об'єднує періодично повторювану послідовність етапів кар'єрного просування.

Фаза кар'єрного циклу персоналу на підприємстві, на нашу думку, складається з таких етапів: найм на підприємстві, кар'єрне зростання, занепад, звільнення. В залежності від фази кар'єрного циклу, застосовуються різноманітні процедури аудиту, методики. Зміна фази кар'єрного циклу залежить, від зовнішніх та внутрішніх факторів.

Стан загальних соціальних умов, побутових умов, позитивно або негативно відбивається на процесі пристосування людини до виробничого середовища. Виробниче середовище підприємства як об'єкт адаптації має складну структуру, чим і обумовлено її поділ на наступні елементи: організаційно-адміністративну, психофізіологічну, соціально-психологічну, економічну, санітарно-гігієнічну, професійну адаптацію.

Під розвитком персоналу підприємств зв'язку пропонуємо розуміти цілісний, системний, свідомий процес підвищення професійної ефективності кожного працівника для досягнення цілей підприємства і отримання конкурентних переваг за допомогою придбання і вдосконалення властивостей кожного. Розвиток персоналу підприємств зв'язку необхідно розглядати в двох аспектах (позиції): працівника та підприємства. З позиції працівника – це якісні зміни його властивостей, виникнення нових системних властивостей в результаті впливу керуючої підсистеми або самоорганізації, що сприяє досягненню місії підприємства. З позиції підприємства – це підсистема управління персоналом: сукупність процесів, механізмів, методів впливу на властивості розвитку персоналу, яка забезпечує розвиток всього підприємства, сукупності всіх ресурсів.

На наш погляд, в сучасних умовах забезпечення розвитку персоналу треба визначати через три аспекти адаптації: до робочого місця (відповідність робочому місцю), до трудового колективу (інтеграція особистості (персоналії) у соціальні структури колективу) та змін умов діяльності (сприйнятливість до змін зовнішніх та внутрішніх).

В залежності від фази кар'єрного циклу, застосовуються різноманітні процедури аудиту, методики. Але для кожної фази внутрішній аудит персоналу проводиться за такими етапами:

1. Підготовчий: визначаються цілі аудиту, здійснюється підбір персоналу для проведення аудиторської перевірки, розробляються внутрішньоорганізаційні документи (наказ, розпорядження), визначаються терміни, завдання, виконавці та учасники перевірки, проводиться інструктаж виконавців і учасників, розробляється план збору, надання та розгляду програми аналізованої інформації.

2. Збір інформації: проводиться моніторинг персоналу, перевіряється документація і звітність, проводяться спостереження, опитування, анкетування, бесіди, здійснюється попередня обробка статистичних даних. Комп'ютерна техніка і сучасні інформаційні технології дозволяють прискорити і якісно оформити ці процедури.

3. Обробка та аналіз інформації: отримана інформація обробляється і формалізується у вигляді таблиць, схем, графіків, діаграм, а потім за розробленим алгоритмом здійснюються аналіз і оцінка даних про діяльності персоналу шляхом порівняння з іншими аналогічними організаціями або науково обґрунтованими нормами.

4. Заключний етап: підготовляється звіт про результати аудиторської перевірки,

формулюються висновки і рекомендації щодо раціоналізації праці персоналу і вдосконалення служби персоналу підприємства.

Також розглянемо методику аудит персоналу при його звільненні – необхідно визначити ефективність заходів після даної процедури. Це можливо досягти, на наш погляд, двома шляхами: аудит (вихідний та поствихідний) звільненої персоналу та оцінка ефективності з точки зору рівня плинності персоналу. Найпоширенішим засобом отримання інформації для проведення аудиту персоналу виступає вихідне інтерв'ю та анкети. При проведенні вихідного інтерв'ю персонал, який звільняється, розглядається як людина, яка, ймовірно, знайшла в діяльності підприємства (організаційної, економічної тощо) недоліки, з якими вона не могла упоратись, а тому її відповіді на запитання є важливішим джерелом інформації про резерви, яких, можливо, не помічає керівництво. Але отримана інформація має суб'єктивний характер – людина, яка звільняється ще залежить від керівництва з одного боку (насамперед, якщо необхідно отримати від керівництва рекомендацію), а з другого – ймовірна образа дозволяє бачити підприємство тільки у темних відтінках. Ці недоліки можливо уникнути за допомогою поствихідного аудиту персоналу – у формі інтерв'ю, яке проводиться особисто чи за допомогою телефону, Інтернету через 2-3 місяця після звільнення працівника. За цей період працівник стає більш незалежним від колишнього керівництва, є можливість порівняти своє становище на колишній роботі з новою, тобто отримана інформація для аудиту персоналу більш є об'єктивнішою.

Література

1. Гільорме Т.В. Методологічні засади стратегічного аудиту персоналу підприємства / Т.В. Гільорме, О.Ю. Жежеленко // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2015. – Випуск №5 (225). – С. 25-41.
2. Кибанов А.Я. Формирование системы управления персоналом / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров. – М.: ГАУ, 2003. – 376 с.
3. Рачинський А.П. Аудит персоналу як технологія забезпечення ефективності системи управління персоналом органів влади: навч.-метод. матеріали / А.П. Рачинський; уклад. Н.А. Коляшина. К., НАДУ. – 2013. –36 с.
4. Селина А. И. Совершенствование системы управления персоналом посредством аудита управления персоналом / А. И. Селина // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2007. – № 5. - С. 54-69.
5. Фриман Є.В. Організаційні засади аудиту персоналу при прийнятті кадрових рішень на підприємстві / Є.В. Фриман Є.В. // Проблеми економіки. – 2012. – № 3. – С. 151-154.

УДК 657.635.4

Гільорме Т.В., к.е.н., доцент

Харитонюк С.В., Лєвда В.Є., студентки

Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара

ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В ДЕРЖАВНОМУ АРХІВІ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Необхідність налагодження ефективної системи внутрішнього контролю та діяльності підрозділів внутрішнього аудиту у всіх органах державної влади України є однією із ключових передумов вступу України до асоційованого членства у Євросоюзі та отримання Україною макроекономічної фінансової допомоги на суму до 610 мільйонів євро відповідно до Меморандуму про взаєморозуміння між Україною як позичальником та Європейською Комісією як кредитором (ратифіковано Законом України від 04.03.2014 № 848-VII).

Реалізація цих пріоритетних напрямів передбачена ст. 26 Бюджетного кодексу

України, відповідно до якої розпорядники бюджетних коштів в особі їх керівників несуть персональну відповідальність за організацію діяльності з внутрішнього аудиту у своїх закладах та у підвідомчих бюджетних установах, а також Стратегією розвитку управління державними фінансами, схваленою розпорядженням Уряду від 01.08.2013 № 774-р, розділ IX якої передбачає розвиток державного внутрішнього фінансового контролю та його складових внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту шляхом їх гармонізації з міжнародними стандартами та практиками. Безпосереднє виконання завдань у сфері державного внутрішнього фінансового контролю передбачено розділом VIII Плану заходів щодо реалізації цієї Стратегії. Зокрема, одним із визначених завдань є розвиток внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту в органах державної влади.

Зі свого боку, міжнародні експерти, що діють в Україні, за дорученням Єврокомісії систематично проводять оцінку виконання заходів, передбачених зазначеною Стратегією та Планом заходів щодо реалізації її положень. Так, під час остатнього візиту місії експертів Програми підтримки вдосконалення урядування та менеджменту ЄС (SIGMA) здійснювалась оцінка стану запровадження та розвитку у вітчизняних органах державної влади внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту. Держфінінспекція України доповідала з цього питання як орган, що відповідає за впровадження заходів у сфері державного внутрішнього фінансового контролю в Україні згідно з зазначеними нормативно-правовими актами та розподілом компетенцій органів державної влади та підкомітетів Україна – ЄС з виконання Порядку денного асоціації Україна – ЄС, схваленого Українською частиною Комітету з питань співробітництва між Україною та ЄС.

Оцінку якості внутрішнього контролю в Державному архіві Дніпропетровської області (далі – Держархів області), проведеною в липні 2015 р., встановлено, що в цілому в Держархів області дотримано вимоги законодавства з питань внутрішнього контролю, однак виявлені і деякі недоліки у здійсненні цієї діяльності. Виконуюча обов'язки директора дотримала вимоги нормативно-правових актів, щодо створення підрозділу внутрішнього аудиту в Держархів області шляхом покладання на посадову особу повноважень щодо проведення внутрішнього контролю, який підпорядковується безпосередньо в.о. директору – штатним розписом Держархів області непередбачено посаду головного спеціаліста з внутрішнього аудиту (далі – спеціаліст з ВА). В Держархіві області розроблено внутрішні документи з питань здійснення моніторингу оцінки ризиків внутрішнього контролю, які загалом відповідають нормативно-правовим актам вищого рівня з цього самого питання. Водночас внутрішні документи потребують доопрацювання в частині внесення до них змін відповідно до змін, які внесені до Стандартів внутрішнього аудиту наказом Мініфіну від 10.12.2014 № 1199 [1].

Систему оцінки ризиків у Держархіві області розроблено, що, зі свого боку, дає змогу застосовувати ризикорієнтовний відбір об'єктів внутрішнього контролю, загальна кількість яких становить 5. При цьому системи управління ризиками спеціаліст з ВА застосовував власне судження начальників відділів про ризики, про що свідчить надана під час оцінки якості інформація (обґрунтування включення до піврічних планів певних об'єктів внутрішнього контролю).

Розпорядчі документи (накази) на проведення внутрішнього контролю в містили всі необхідні реквізити, крім одного – не зазначався пункт відповідного піврічного плану проведення внутрішнього контролю, чим не дотримано вимоги п. 4.12 глави 4 розділу III Стандартів внутрішнього аудиту. Цілі та напрями внутрішнього контролю у разі проведення одночасно контролю відповідності та фінансового контролю не завжди повною мірою відповідали змісту аудиторських звітів, оскільки фінансовий контроль

фактично не проводився (у деяких аудиторських звітах відсутнє документування дослідження питань достовірності фінансової і бюджетної звітності).

Проведеним дослідженням також встановлено, що під час проведення внутрішнього контролю допускались окремі порушення і недоліки щодо повноти аудиторських дій, якості документування та обгрунтованості висновків. Встановлено випадки нездійснення моніторингу впровадження рекомендацій за результатами контролю (всього проведено 2 контролю оцінки ризиків), проте аналіз звітної інформації про результати внутрішнього контролю засвідчив повне відшкодування (усунення) встановлених фінансових порушень.

Спеціаліст з ВА робив певні кроки щодо підвищення якості внутрішнього контролю – складено відповідну програму заходів, проведено внутрішню оцінку якості внутрішнього контролю. Проте не надано документів, які підтверджували фактичне виконання заходів із забезпечення та підвищення якості внутрішнього контролю в Держархіві області.

Для усунення виявлених порушень і недоліків та підвищення ефективності здійснення функції внутрішнього контролю у відповідності до вимог нормативно-правових актів Держархіву області надано перелік відповідних рекомендацій:

- доопрацювати внутрішню нормативно-правову базу внутрішнього контролю з урахуванням зауважень, викладених у звіті за результатами оцінки якості внутрішнього контролю;

- забезпечити складання, ведення бази щодо всіх об'єктів внутрішнього контролю для налагодження системи планування діяльності з внутрішнього контролю;

- отримувати спеціалістом ВА внутрішнього контролю своєчасну, регулярну та достовірну інформацію про проблемні питання, що мають місце або можуть виникнути у системі архіву від структурних відділів;

- здійснювати відбір об'єктів контролю до планів з урахуванням оцінки ризиків;

- формувати плани на підставі розрахунку обсягу часу для проведення всіх внутрішніх контролів та завантаженості працівником ВА для проведення внутрішніх контролів, як передбачається п. 2.8 глави 2 розділу III Стандартів внутрішнього аудиту;

- забезпечити якість викладення інформації в звітах внутрішніх контролів із аналітичним спрямуванням;

- визначати в рекомендаціях механізмів попередження виникнення виявлених порушень, недоліків та очікуваних результатів від їх впровадження;

- розглядати результати внутрішнього контролю на засіданнях колегій Державного архіву Дніпропетровської області відповідно до вимог п. 1.4 глави 1 розділу IV Стандартів внутрішнього аудиту.

Література

1. Стандарт внутрішнього аудиту. Наказ Мініфіну від 10.12.2014 № 1199. Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1219-11>

УДК 657.1:658.114.1

Германенко І.М., к.е.н, доцент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні визначає Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Особливості організаційно-правової структури

суб'єктів малого підприємництва (далі – СМП) обумовлюють специфіку організації обліку на малих підприємствах.

Диференціація вимог щодо обліку та звітності передбачає вирішення низки практичних питань, зокрема визначення критеріїв суб'єктів малого бізнесу, діапазонів значень у межах обраних критеріїв, підходів і сфер спрощення [1]. Проблемним залишається питання щодо критеріїв виокремлення суб'єктів малого підприємництва.

В Україні мале підприємництво було офіційно визнано у 1991 році з прийняттям Закону України «Про підприємства в Україні» від 27.03.91 р. № 887-ХІІ, п.2 ст.2 якого було визначено поняття «малого підприємства» за такими основними критеріями: сфера діяльності підприємства та чисельність працівників. На протязі наступних років зміст цього поняття дещо змінювався у зв'язку з відповідними змінами в законодавстві та введенням нових понять.

На сьогоднішній день п.3 ст.55 Господарського кодексу України від 16.01.2003 р. №436-IV встановлено, що суб'єкти господарювання залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва (табл.1). Слід відмітити, що в європейській практиці найпоширенішими для класифікації підприємств є три критерії: чисельність працівників, підсумок балансу та оборот [1], при цьому до малих відносять підприємства з кількістю працівників до 50 осіб, оборотом до 10 млн. євро та підсумком балансу до 10 млн. євро.

Таблиця 1. Класифікація підприємств за їх розміром

№ з/п	Категорія юридичної особи – суб'єкта господарювання	Критерії визнання	
		середня кількість працівників за календарний рік	річний дохід від будь-якої діяльності
1	Суб'єкти мікропідприємництва	не перевищує 10 осіб	не перевищує суми, еквівалентної 2 млн. євро, визначеної за середньорічним курсом НБУ
2	Суб'єкти малого підприємництва	не перевищує 50 осіб	не перевищує суми, еквівалентної 10 млн. євро, визначеної за середньорічним курсом НБУ
3	Суб'єкти середнього підприємництва	не перевищує 250 осіб	не перевищує суми, еквівалентну 50 млн. євро, визначеної за середньорічним курсом НБУ
4	Суб'єкти великого підприємництва	перевищує 250 осіб	перевищує суму, еквівалентну 50 млн. євро, визначеної за середньорічним курсом НБУ

Джерело: складено за [2]

Згідно статті 4 Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [3] одним з основних напрямів державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні є запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для СМП, що відповідають критеріям, встановленим у податковому законодавстві.

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності для підприємств малого бізнесу передбачає спрощення:

- оподаткування: заміну сплати певних видів податків, зборів та платежів єдиним податком;
- бухгалтерського обліку: можливість застосування спрощеного Плану рахунків, простої та спрощеної форм обліку, спрощеної методики обліку витрат;
- звітності: складання скороченої фінансової звітності відповідно до П(С)БО 25

«Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва».

Основним фактором, що впливає на побудову обліку підприємств - суб'єктів малого підприємництва, є діюча система оподаткування. Згідно Податкового кодексу України [4] СМП можуть застосовувати два варіанти оподаткування: загальну і спрощену систему.

Правові засади застосування спрощеної системи оподаткування, а також справляння єдиного податку встановлені розділом XIV ПКУ «Спеціальні податкові режими» (табл. 2).

Таблиця 2. Умови застосування спрощеної системи оподаткування обліку та звітності

Групи платників єдиного податку	Критерії віднесення до групи		
	Кількість найманих працівників	Обсяг доходу протягом календарного року	Види діяльності
Перша група – фізичні особи	не використовують працю найманих осіб	не перевищує 300 тис. грн	«роздрібний продаж» та/або «побутові послуги населенню»
Друга група – фізичні особи	не перевищує 10 осіб	не перевищує 1,5 млн. грн	«послуги», «виробництво/продаж товарів», «ресторанне господарство»
Третя група – фізичні та юридичні особи	не обмежено	не перевищує 5 млн. грн	будь-які види діяльності, дозволені на спрощеній системі
Четверта група – сільськогосподарські товаровиробники	не обмежено	75% і більше складає частка сільськогосподарського виробництва	

Джерело: складено за [4]

Таким чином, розмір суб'єкта малого підприємництва та система оподаткування, на якій він перебуває, впливають на вибір форми організації і ведення бухгалтерського обліку. В першу чергу це стосується форми бухгалтерського обліку як системи реєстрів обліку суб'єктів підприємництва, порядку та способу реєстрації в них господарських операцій.

В таблиці 3 наведено порівняння варіантів організації бухгалтерського обліку суб'єктів малого підприємництва залежно від обраної системи оподаткування та їх нормативно-правове забезпечення.

Існуюча різновекторність методичного забезпечення бухгалтерського обліку СМП, по-перше, ускладнює вибір оптимальної форми ведення обліку, а по-друге, перешкоджає процесу уніфікації та взаємоузгодження облікової та звітної інформації. Крім цього, слід погодитись з думкою Пивоварова М. та ін. [9], що існуюча в Україні модель спрощеного оподаткування, обліку та звітності характеризується яскраво вираженою фіскальною спрямованістю з одночасним ігноруванням потреб СМП щодо ведення зручного та ефективного бухгалтерського обліку, що обмежує можливість інноваційного розвитку СМП. Організація обліку СМП повинна не лише забезпечити потреби своєчасності і повноти сплати податкових платежів, а й сприяти підвищенню ефективності їх діяльності та дотриманню єдиних методологічних засад бухгалтерського обліку, складання та подання фінансової звітності.

Таблиця 3. Варіанти організації бухгалтерського обліку підприємствами, що відносяться до СМП

Загальна система оподаткування	Спрощена система оподаткування	
	варіант 1	варіант 2
Форма обліку (облікові реєстри)		
Журнальна форма обліку відповідно до «Методичних рекомендацій по застосуванню реєстрів бухгалтерського обліку», затв. Наказом МФУ № 356 від 29.12.2000 р.: Журнали №№ 1-7, відомості, Головна книга	Облікові реєстри відповідно до «Методичних рекомендацій по застосуванню реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами», затв. Наказом МФУ № 422 від 25.06.2003 р. проста форма обліку господарських операцій; Відомість 3-м	Облікові реєстри відповідно до «Методичних рекомендацій по застосуванню реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами», затв. Наказом МФУ № 720 від 15.06.2011 р.: Журнали 1-м, 2-м 3-м, 4-м, Відомості 1.1-м, 1.2-м, 2.1-м, 2.2-м, 4.1-м
План рахунків		
«План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій», затв. Наказом МФУ № 291 від 30.11.99р.	«План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва», затв. Наказом МФУ № 186 від 19.04.2001 р.	Без застосування Плану рахунків та подвійного запису
Фінансова звітність		
форма №1 «Баланс», форма №2 «Звіт про фінансові результати», форма №3 «Звіт про рух грошових коштів», форма №4 «Звіт про власний капітал», форма №5 «Примітки до річної фінансової звітності», форма №6 «Інформація за сегментами» (відповідно до НП(С)БО №1,2 та інших законодавчих актів)	Фінансовий звіт СМП, що включає форму № 1-м «Баланс» і форму № 2-м «Звіт про фінансові результати» (відповідно до П(С)БО 25)	Спрощений фінансовий звіт СМП, що включає форму № 1-м «Баланс» і форму № 2-м «Звіт про фінансові результати» (відповідно до П(С)БО 25)

Джерело: складено за [5-8]

Література

1. Хмелюк А.В. Особливості організації обліку на підприємствах малого бізнесу згідно з Податковим кодексом України / А.В. Хмелюк // Ефективна економіка. – 2012. – №12. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1657>
2. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
3. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22.03.2012 №4618-VI. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4618-17/paran167#n167>
4. Податковий кодекс України від 02.12.10 р. №2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/nk/>
5. Методичні рекомендації по застосуванню реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами : Наказ МФУ №422 від 25.06.2003р. [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?doc_id=196041.

6. Методичні рекомендації із застосування реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами : Наказ МФУ №720 від 15.06.2011р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article%>.

7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємства»: Наказ МФУ від 25.02.2000р. № 39. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00>

8. Макарова О.В. Організація бухгалтерського обліку у суб'єктів малого підприємництва / О.В. Макарова // Облік і фінанси. – 2012. – № 4(58). – С. 8-12.

9. Пивоваров М. Проблеми організації системи обліку та звітності суб'єкта малого підприємства / М. Пивоваров, О. Панченко, О. Лищенко // Економіка. – 2014. – №1(127). – С. 90-94.

УДК 657.42

Пиливець В.М., к.е.н

Вінницький навчально-науковий інститут економіки THEU

Пиливець І.М., викладач

Брацлавський агроекономічний коледж Вінницького НАУ

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Стрімкий розвиток ринкових відносин в агропромисловому комплексі України, впровадження різноманітних форм власності, реформування економічних відносин висувають дедалі нові й нові вимоги до бухгалтерського обліку, як до основного засобу інформаційного забезпечення управлінської діяльності підприємств.

Проблеми обліку виробничих запасів на підприємстві є актуальними, оскільки на сьогоднішній день важливим є вирішення питання пристосування сучасної системи обліку виробничих запасів до вимог оптимізації оперативності та достовірності надання інформації для потреб менеджменту з метою раціоналізації управління такими активами та підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання в цілому. Ефективно організований облік виробничих запасів, має суттєве значення в управлінні виробничою діяльністю підприємства та в контролі за зберіганням матеріальних цінностей. Формування достовірної інформації про наявність та рух виробничих запасів і правильне ведення бухгалтерського обліку їх вартості забезпечує достовірність фінансової звітності.

З точки зору бухгалтерського обліку поняття «виробничі запаси» визначаються як придані чи самостійно виготовлені вироби, що підлягають переробці. До них відносяться: сировина і матеріали, купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби, паливо, тара і тарні матеріали, будівельні матеріали, матеріали, передані в переробку, запасні частини, матеріали сільськогосподарського призначення, інші матеріали [3].

Виробничі запаси – це важлива складова частина національного багатства країни. Матеріали – предмети, які є матеріально-речовою основою виготовленої продукції. Вони беруть участь у виробничому процесі одноразово і переносять свою вартість на кінець продукції повністю [3].

Необхідними умовами правильної організації обліку запасів на підприємствах є:

- раціональна організація складського господарства та розробка номенклатури запасів;
- наявність інструкції з обліку виробничих запасів;
- правильне групування та класифікація запасів для потреб бухгалтерського обліку та контролю;

- розробка оптимальних норм витрачання
- контроль за повним і своєчасним оприбуткуванням матеріальних цінностей та їх збереженням за місцями зберігання
- розрахунок фактичної собівартості витрачених матеріалів та їх залишків за місцями зберігання і статтями балансу
- виявлення всіх витрат пов'язаних з придбанням або встановленням запасів та визначення первісної вартості
- контроль за правильністю використання МШП під час їх експлуатації та встановлення методології обліку затрат на виробництво і калькулювання собівартості продукції протягом року
- своєчасне оприбуткування і списання запасів, а також оформлення документів по їх руху;

- забезпечення своєчасного документального оформлення руху виробничих запасів;
- організація оптимальних розрахунків з покупцями за виробничі запаси.
Наразі основними негативними моментами в діяльності підприємства в сфері обліку запасів є:

- 1) Низький рівень інформативності даних бухгалтерського обліку щодо виробничих запасів підприємств;
- 2) Невідповідний рівень контролю та оперативного регулювання процесів утворення запасів;
- 3) Складність визначення справедливої (ринкової та неринкової) вартості запасів, що полягає у використанні підприємствами бартерного обміну, більше того, обміну на неподібні активи;
- 4) Невідповідний рівень контролю та оперативного регулювання процесів утворення запасів;
- 5) обмеженість контролю використання виробничих запасів тощо.

Вирішення цих проблем потребує оновлення системи отримання інформації про виробничі запаси, використання нетрадиційних для вітчизняної облікової практики підходів до ефективного їх використання та оптимізації результатів діяльності підприємства через застосування принципів і методів бухгалтерського обліку [2].

Тому необхідно запропонувати наступні шляхи вирішення проблем організації бухгалтерського обліку виробничих запасів на підприємствах:

- впровадженням новітніх інформаційних технологій обробки економічної інформації в сфері управління виробничими запасами підприємств
- обґрунтування системи обліку матеріальних витрат на освоєння нової техніки і технології виробництва;
- чітка організація обліково-контрольних процедур руху запасів підприємств (застосування прийомів обліку за центрами відповідальності, заходів контролю та оперативного регулювання процесів утворення запасів)
- пошук резервів зниження собівартості продукції в частині необґрунтованого списання запасів. Для забезпечення зберігання виробничих запасів, правильного приймання й відпуску цінностей важлива ефективна організація складського обліку запасів.
- підвищення культури виробництва і зокрема ліквідація браку продукції
- забезпечення належного збереження матеріальних ресурсів та поліпшення нормування витрат матеріальних ресурсів;
- підвищення відповідальності і посилення матеріальної зацікавленості працівників підприємств в економному використанні сировини та матеріалів, палива, електроенергії, інструменту, тари;

- організація чіткої роботи відділу матеріально-технічного постачання в цілях забезпечення своєчасної подачі матеріалів до робочих місць.

Впровадження зазначених вище напрямів удосконалення організації бухгалтерського обліку запасів підприємством приведе до значного зростання результативності його діяльності.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [Текст], затверджений наказом Міністерства фінансів України № 246 від 20.10.1999 року, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс] // Верховна Рада України: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>.

2. Князюк І. Актуальні проблеми обліку виробничих запасів на підприємствах України / І. Князюк // Удосконалення обліку й аналізу в системі управління підприємства. – 2012

3. Сопко В.В. Бухгалтерський облік: Навч. посібник / В.В. Сопко. – К.: КНЕУ, 2000.- 578с.

УДК 657.422:664.

Рагуліна І.І., к.е.н., доцент,

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

Кузнєцова С.М., Печенізька селищна рада

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І АУДИТ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ

Для здійснення господарської діяльності кожне підприємство повинно мати у своєму розпорядженні певне майно, що належить йому на правах власності або володіння. Все майно, яким володіє підприємство і яке відображене в його балансі, називається його активами. Виробничі запаси є складовою частиною активів підприємства. Вони суттєво впливають на фінансові результати господарської діяльності підприємства, так як займають найбільшу питому вагу в структурі витрат підприємства. В даний час проблемам бухгалтерського обліку і аудиту виробничих запасів приділяється велика увага. Це пов'язано як із зростанням виробництва продукції і посиленням конкурентної боротьби, так і великими витратами, викликаними доставкою, зберіганням і забезпеченням споживачів продукцією.

Отже, відсутність точного обліку і контролю операцій з надходження і використання виробничих запасів призводить до виникнення бухгалтерських помилок, які роблять великий вплив на виконання планів з виробництва продукції і завищення собівартості продукції. Правильний облік і оцінка виробничих запасів безпосередньо впливають на фінансовий результат діяльності підприємств. Кожному підприємству необхідно забезпечити збереження запасів, правильно відобразити інформацію щодо їх руху. Аудит операцій з надходження, збереження і руху виробничих запасів на підприємстві має важливе значення в підвищенні ефективності роботи підприємства в цілому та його фінансового стану. Результативність ефективного використання запасів багато в чому залежить від правильної організації їх аналізу, плановірності його проведення і джерел інформаційного та методичного забезпечення.

Виробничі запаси становлять значну частину вартості майна підприємства, а витрати матеріальних ресурсів в деяких галузях доходять до 90% і більше в собівартості продукції. Саме тому посилення контролю за станом виробничих запасів і раціональним їх використанням робить суттєвий вплив на рентабельність підприємства та його фінансове становище.

Документальне оформлення на підприємстві всіх господарських операцій, пов'язаних з рухом виробничих запасів, дозволяє організувати систематичний контроль за їх збереженням на складах і у матеріально відповідальних осіб. Раціонально розроблена первинна документація і схема документообігу з обліку запасів дають можливість отримувати необхідну інформацію для оперативного керівництва підприємством та здійснювати як попередній, так і наступний аудит за їх використанням.

Оформлення відпуску матеріалів занадто велика ділянка роботи через велику кількість і розмаїття первинних документів. Тому важливе значення має спрощення обліку на цій ділянці. З цією метою, на досліджуваних нами підприємствах Харківської області, первинні документи на внутрішнє переміщення і відпуск у виробництво матеріалів оформляються тільки у натуральних показниках. В кінці місяця в бухгалтерії за даними первинних документів за допомогою спеціального програмного забезпечення відбувається автоматичне списання на витратні рахунки матеріалів за обліковими цінами.

Більш широке впровадження комп'ютерного обліку в процес оформлення первинних документів може бути одним з найбільш ефективних шляхів вдосконалення первинного обліку. З цією метою необхідно автоматизувати складський облік, що дозволить механізувати обробку інформації про внутрішнє переміщення матеріальних запасів, знизити ймовірність помилок при перенесенні інформації з первинних документів до реєстрів бухгалтерського обліку, а також скоротити кількість первинної облікової документації, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню точності і оперативності обліку руху виробничих запасів на підприємстві.

Важлива умова підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів є посилення особистої та колективної відповідальності і матеріальної зацікавленості робітників, керівників і фахівців структурних підрозділів в раціональному використанні зазначених ресурсів. Керівництво підприємства зацікавлене в контролі за ефективністю роботи всього підприємства і окремих структурних підрозділів, сумлінністю виконання працівниками покладених на них обов'язків. Це сприяє забезпеченню схороності ввіреного керівництву підприємства капіталу, його раціонального використання.

Найдосконаліші форми і системи управління підприємства не можуть ефективно існувати без розробки і впровадження внутрішнього аудиту за господарськими процесами, виробничою діяльністю, формуванням фінансових результатів.

Організація внутрішньогосподарського аудиту на підприємствах законодавчими актами, більшою частиною, покладено на керівника і головного бухгалтера підприємства. Здійснюється він безперервно працівниками підприємства відповідно до плану, складеним головним бухгалтером і затвердженим керівництвом підприємства. Багато працівників зводять роботу до дрібних перевірок. З поля зору випадає дуже важливе питання, як дотримання правильності раціонального використання ресурсів. Керівникам організацій необхідно проводити більш глибокий аналіз недоліків організації. У багатьох суб'єктів господарювання організація контролю не впорядкована. Це призводить до ряду порушень, які можуть призвести до втрат матеріально-виробничих запасів: на підприємстві надаються права на отримання довіреності, за якою отримуються матеріальні цінності, особам, не зафіксованим в наказі. Дане порушення суперечить нормативно-правовим актам і може привести до таких наслідків, як розкрадання матеріально-виробничих запасів; не проводяться заходи щодо підвищення кваліфікації матеріально відповідальних осіб з питань приймання матеріальних цінностей; є випадки отримання від постачальників матеріальних цінностей в більш пізні терміни, ніж це зазначено в договорі. Тим самим,

в організації не виконуються договірні зобов'язання, що може привести до простоїв організації, при цьому, ніяких штрафних санкцій до постачальникам не застосовується; за несвоєчасне виконання зобов'язань постачальниками, штрафні санкції до них не застосовуються. Так як відсутня міра покарання, дане порушення може мати постійний характер; не дублюються дані електронного обліку на випадок знищення. Тим самим, при збої в системі вся інформація може зникнути, а на її відновлення потрібні витрати матеріальні та трудові.

Тому основним напрямком удосконалення методики аудиту на підприємстві є створення відділу внутрішнього аудиту. Завданням такого відділу буде суворе виконання всіма її членами своїх обов'язків. Також при розробці необхідно будувати систему внутрішнього аудиту, таким чином, щоб існувала можливість її гнучкого зміни, а також визначити методику підтримки системи внутрішнього контролю в актуальному напрямку. Створення відділу внутрішньогосподарського аудиту є складним завданням, з якою підприємство не завжди має можливість впоратися самостійно. Якщо в організації буде прийнято рішення про розробку такої системи, доцільно звернути увагу на можливість залучення до роботи підприємств, що мають досвід в реалізації аналогічних проєктів.

Підвищення контролю за своєчасністю відображення в обліку операцій по витрачання матеріалів дозволить удосконалювати бухгалтерський облік виробничих запасів, підвищить рівень забезпеченості керівництва підприємства інформацією, необхідної для прийняття управлінських рішень з метою ефективності роботи підприємства.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» затверджено наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246, із змінами і доповненнями.
2. Шматковська Т.О. Організація системи внутрішнього контролю на підприємстві / Т.О. Шматковська, В.В. Ярош // Актуальні проблеми обліково-аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю: Матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 2015 р., 26 листопада, м. Мукачево. – С. 62-65.
3. Яременко Л.М. Організація обліку виробничих запасів на підприємствах України / Л.М. Яременко // «YoungScientist». - №2 (17). – february, 2015. – pp. 1477-1479.

УДК 657.1

Свєтлова Н.М., к.е.н, доцент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

АУТСОРСИНГ БУХГАЛТЕРСЬКИХ ПОСЛУГ, ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ, ОБЛІКУ І ЗВІТНОСТІ В ОПОДАТКУВАННІ

Аутсорсинг бухгалтерських послуг, обліку і звітності в оподаткуванні широко застосовується у практиці міжнародного бізнесу, який успішно делегує неприбуткові бізнес-процеси (в тому числі і бухгалтерію) спеціалізованим фірмам, але на даний момент у багатьох публікаціях на цю тему існує деяка плутанина в використанні близьких за змістом понять, що відображають сутність сучасних тенденцій інтеграції бізнес - процесів. Аутсорсинг, як технологія бізнесу, полягає у делегуванні за межі компанії окремих функцій або видів виробничої діяльності (основних, допоміжних чи обслуговуючих), виконуваних раніше самостійно, або в реалізації «третьою стороною» цілих бізнес-процесів, які є частиною загальної бізнес-системи, в результаті чого скорочуються відділи, штат працівників організації-клієнта, раніше відповідальних за виконання цих робіт. На аутсорсинг делегуються функції по професійній підтримці

окремих служб та інфраструктур на основі тривалого контракту. Сучасні технології, знання та досвід знаходяться, як правило, в руках фахівців, які з вигодою для себе і клієнта надають необхідні послуги компаніям на умовах аутсорсингу. Аутсорсинг бухгалтерських послуг, обліку і звітності в оподаткуванні тільки набирає свою популярність в Україні. В Законі "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" прописано: «ведення на договірних засадах бухгалтерського обліку централізованою бухгалтерією або аудиторською фірмою» (ст.8, п.4) [1]. На сьогодні в Україні аутсорсингові послуги надаються: одноосібно спеціалістами за профілем, спеціалізованими аутсорсинговими компаніями та аудиторськими фірмами.

При аутсорсингу бухгалтерії можливе застосування наступних моделей роботи із замовником:

Модель 1: повний аутсорсинг;

Модель 2: частковий аутсорсинг;

Модель 3: зовнішній контролер;

Модель 4: абонентське обслуговування.

При використанні моделі «Повний аутсорсинг» замовник передає всі функції бухгалтера аутсорсеру. Дана модель підходить для всіх типів підприємств. Модель «Частковий аутсорсинг» підходить для більш великих компаній, які мають штатного бухгалтера, при цьому бухгалтер-аутсорсер виконує лише деякі функції (перевірки на окремих ділянках господарської діяльності, ведення кадрового обліку, обліку за окремими проектами). Для невеликих підприємств, яким недоцільно наймати штатного бухгалтера при даній моделі аутсорсери надають послуги по формуванню звітної інформації (складають звітність). При застосуванні моделі «Зовнішній контролер» аутсорсер надає послуги із перевірки бухгалтерської документації, проводить аналіз роботи підприємства та формує рекомендації із підвищення ефективності діяльності. У випадку застосування моделі «Абонентське обслуговування» аутсорсер виступає консультантом, інформує замовника про нововведення та з інших питань.

Економічна вигода замовника при цьому, полягає в тому, що: не виникає необхідності утримувати в штаті своєї компанії бухгалтера і оплачувати йому щомісячну заробітну плату за відсутності або малих обсягах документообігу, фінансових потоків; порівняно невеликі витрати (коли замовник отримує від аутсорсера кваліфіковану бухгалтерську допомогу); перекладення ризику сплати штрафних санкцій при наявності професійних помилок на виконавця аутсорсингових послуг; на відміну від бухгалтерських послуг, які надає найманий виконавець, бухгалтерський аутсорсинг є такою формою взаємодії, при якій компанія - аутсорсер безпосередньо приймає участь в робочих бізнес-процесах компанії-замовника як цілісний функціональний підрозділ, при цьому залишаючись юридичним та організаційно самостійним суб'єктом.

Дуже часто власники суб'єктів господарювання стикаються з: непідробним бажанням своїх працівників розвивати свій бізнес і обмежувати кількість часу, на вивчення ситуації у сфері оподаткування, з метою прийняття вірних управлінських рішень; раптовими змінами в законодавстві; звільненням, відпусткою або що найстрашніше, лікарняним (так як неможливо передбачити чи надовго це) головного бухгалтера; недовірою до свого найманого працівника (будь то менеджера чи бухгалтера).

Найпопулярнішою послугою аутсорсингу є обслуговування в повному обсязі, яке включає ведення бухгалтерського та податкового обліку, складання звітності і передача контролюючим органам, робота з клієнт-банком, контроль сплати податкових зобов'язань, супровід всіляких перевірок, спілкування з контролюючими органами,

архівация та зберігання документів і ін., що дає можливість клієнту приймати збалансовані і вірні рішення. Аутсорсер не займається ухиленням від сплати податків, а пропонує оптимальне податкове рішення, з огляду на специфіку кожного підприємства – клієнта.

У бухгалтерії аутсорсингової фірми відсутня корисність, що виключає можливі шахрайства та махінації. Замовник постійно інформується про негативні наслідки при проведенні будь-якої господарської операції.

Основною перевагою бухгалтерського і податкового аутсорсингу є якість віддаленого обслуговування, тому що в такому випадку підприємство довіряє ведення не одній людині, а цілому колективу високопрофесійних, кваліфікованих фахівців не тільки в галузі бухгалтерського обліку, а і в різних сферах законодавства, в тому числі податкового, фінансового, господарського, кримінального, адміністративного і т.д. Аутсорсинг позбавляє організації від складнощів, пов'язаних з відпусткою, хворобою, звільненням штатних бухгалтерів як найманих працівників, різними трудовими суперечками, відповідними нюансами трудового законодавства.

Аутсорсингові фірми піклуються про конфіденційність інформації, зацікавлені у відкритості, оскільки не рідко бухгалтерський облік і оподаткування носять напівлегальний характер.

Для компанії, яка готується до виходу на міжнародний ринок капіталу, використання незалежної зовнішньої бухгалтерії служить свого роду декларацією про наміри побудови прозорої фінансової системи, що є додатковим аргументом на користь компанії у іноземних інвесторів і партнерів.

Аутсорсингу компанії передають і внутрішній аудит, перевагами якого є:

1. Сукупність професійних знань. Проведення аутсорсингу сприяє змінам складу аудиторів для кожної перевірки, використовуючи тих співробітників, які найкраще підходять для її проведення.

2. Організаторські здібності аутсорсера – аудитора пов'язані з тим, що швидше за все та дуже добре вміє управляти аудитом, робити це краще за працівників компанії.

3. Знання передових методів бухгалтерського обліку - аудитор, який перевіряє діяльність багатьох компаній, накопичує базу знань про те, як найбільш ефективно виконувати ті чи інші дії, або ж отримує доступ до потрібних знань через інших аудиторів своєї фірми.

4. Підприємство оплачує тільки аудиторські перевірки, проведені аутсорсингом послуг, тому витрати на аудит можна перевести з постійних в змінні.

5. Організація має можливість оперативно задіяти команду досвідчених аудиторів з аутсорсингу для роботи в закордонній філії, в яку важко направляти своїх власних працівників.

Використання групи сторонніх аудиторів тільки для виконання окремих завдань дозволить фірмі уникнути непродуктивних простоїв співробітників відділу внутрішнього аудиту, значних витрат на комплектування штату і підвищення кваліфікації співробітників власного відділу внутрішнього аудиту.

При наданні послуг аутсорсингу бухгалтерських послуг, обліку і звітності в оподаткуванні в Україні спостерігаються такі проблеми:

1. Страх замовників при передаванні документів сторонній організації за їх збереження; страх втрати контролю над ситуацією, не довіра комерційної таємниці; щомісячне збирання, підготовка всіх документів, оформлення реєстрів; налагодження процесу взаємодії займає певну кількість часу.

2. Прийнявши рішення про передачу частини функцій з ведення обліку, організація зобов'язана підготуватися до деяких несподіванок: може бути виявлено те,

що, облік ведеться некоректно, фіскальна служба проводила перевірку давно. Перед початком співпраці необхідно провести перевірку правильності складання звітності, правомірності відображення господарських операцій в бухгалтерському та податковому обліках.

3. Проблема пов'язана з використанням послуг компанії - аутсорсера в умовах монопольного ринку виражається в ризику при укладанні контракту - раптова відмова від послуг аутсорсера або його банкрутство. Тоді у фірми-замовника з'являється необхідність в короткі терміни шукати нових партнерів або починати самостійно виконувати функції.

4. Однією з вагомих проблем аутсорсингу бухгалтерського обліку в Україні є відсутність законів, які б регламентували таку діяльність, крім однієї статті в Податковому кодексі, яка говорить, що підприємці можуть використовувати позиковий працю, щоб вирішувати свої завдання.

5. При відборі аутсорсерів.

6. Проблеми виникають при отриманні аутсорсингових послуг виділеними власними підрозділами.

7. Проблеми, які можуть виникнути у разі делегування функцій на аутсорсинг в умовах неконкурентного середовища.

8. При визначенні рівня сервісу.

Отже, вирішення проблем при співпраці з аутсорсингом полягає в ретельному виборі постачальника аутсорсингових послуг, з досвідом і сформованою репутацією на ринку, в обґрунтуванні вибору фірми – аутсорсера. Аутсорсингова фірма повинна бути не тільки надійною, але і мати якісні перспективи. Укладаючи аутсорсингові контракти, необхідно сподіватися на майбутнє і на перспективи співпраці. Якщо організація вирішила скористатися послугами аутсорсингу, то необхідно.

Зазначені негативні моменти можна обійти шляхом впровадження відповідних вимог до діяльності аутсорсера в угоді на бухгалтерське і податкове обслуговування, прописати перелік послуг, обов'язки, відповідальність аутсорсера і організації замовника.

В даний час сфера аутсорсингу в Україні постійно розвивається. Статистика свідчить, що бухгалтерський аутсорсинг набув широкого поширення на Заході, поступово знаходить своє застосування і у вітчизняній практиці.

Доцільність переходу великих компаній на бухгалтерський аутсорсинг є не однозначною і вимагає детального аналізу в умовах конкретної управлінської ситуації. У той же час, для невеликих організацій і індивідуальних підприємств, перехід на бухгалтерський аутсорсинг представляє єдиний оптимальний і практично-безальтернативний спосіб мінімізації витрат на ведення бухгалтерського і податкового обліку при одночасному дотриманні всіх вимог українського законодавства.

Література

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV, зі змінами та доповненнями // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

УДК 657.1.004

Сльозко Т.М., к.е.н., доцент
Загородня Н.П., к.е.н., доцент

Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України, м. Київ
НЕОБХІДНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАХИСТУ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

З динамічним розвитком інформаційних технологій якнайбільше стикнулася система бухгалтерського обліку, у якій формується лівова частка інформації, необхідної для задоволення різного роду споживачів (юридичних та фізичних осіб). Саме споживачі, будучи власниками інформації про них, потребують найвищого рівня її захисту. З цією метою в інформаційних системах використовуються спеціальні програмні засоби такого захисту, проводиться аналіз програмних засобів управління інформаційними ризиками, розробляється програмне забезпечення управління інформаційними ресурсами за вимогами та можливостями суб'єкта інформаційних відносин. Все це досліджується у галузі знань з програмних продуктів, що сприяє ефективності підприємницької діяльності, що показано у статтях [1, 2].

Саме ця галузь знань і впроваджує свої програмні продукти у бухгалтерський облік, у той час, коли бухгалтерський облік як інформаційна база будь-якого підприємства, дає усі необхідні відомості про діяльність підприємства. На основі цих даних фахівці управлінського апарату підприємства можуть аналізувати, контролювати, планувати та регулювати його господарську діяльність. А, оскільки бухгалтерський облік уже давно повністю перейшов на інформаційні технології, удосконалюючись разом із виникненням все нових і нових програмних продуктів, то з кожним таким новим програмним продуктом облік потребує все більшого захисту своєї інформації. Такий захист має бути визначений підприємством у його розпорядчих документах. З одного боку, це адміністративні документи з програмного забезпечення, а з іншого – це документи із забезпечення захисту безпосередньо облікової інформації. Ось на цьому друпому документі ми й зупинимось.

Одним із таких документів є внутрішній нормативний документ, що регулює систему обліку та бухгалтерської звітності на підприємстві. Це – Наказ про облікову політику. Саме у ньому доцільно передбачити захист обліково-аналітичної інформації, оскільки облікова політика стосується усієї економічної інформації, бо на її основі складаються усі можливі форми фінансової, статистичної та іншої аналітичної звітності. Для цього в Наказі доречно передбачити наступні складові: (а) елементи облікової політики щодо захисту інформації; (б) напрямки облікової політики щодо захисту інформації; (в) склад інформації, що підлягає захисту; (г) технологію обробки бухгалтерських даних, що застосовуватиме підприємство, яка дозволить ефективно здійснювати захист бухгалтерської інформації; (д) відповідальних працівників за конфіденційність інформації. Розглянемо детальніше ці складові.

До елементів відносяться: комплекс принципів, правил та процедур, застосування яких в практиці обліку дозволяє здійснювати захист конфіденційних даних та інформаційних процесів на підприємстві. На сьогодні виокремлюють багато принципів захисту інформації, які ми об'єднаємо у кілька основних: цілісність даних (захист від збоїв, які ведуть до втрати інформації або її знищення); конфіденційність інформації; доступність інформації для авторизованих користувачів; програмний захист через різні засоби (антивірусні програми, системи розмежування повноважень, програмні засоби контролю доступу) та принципи адміністративного захисту.

Принципи захисту стосуються, у першу чергу, бухгалтерів, різних представників управлінського апарату, працівників технічних служб, операторів, які займаються

збиранням, реєстрацією, перевіркою, бухгалтерською обробкою облікових даних та їх підготовкою для користувачів за їхніми запитамі. Цими принципами захисту облікової інформації визначають, як названі вище особи можуть працювати з даними бухгалтерського обліку, як вони можуть користуватися комп'ютерною системою підприємства, щоб конфіденційна інформація не могла вийти із цієї системи при їх користуванні. Для цього розробляють основні шляхи такого захисту, які також повинні мати місце у Наказі про облікову політику. Серед таких шляхів могли б бути: визначення тих облікових даних, які підлягають захисту; встановлення жорстких вимог щодо запобігання незаконному використанню бухгалтерських даних, що є власністю підприємства; визначення осіб, які не мають права доступу до інформації підприємства; перелік ризиків неправомірного використання облікових даних.

Крім того, у Наказі про облікову політику необхідно визначити склад інформації, що підлягає захисту, для чого має бути складений спеціальний перелік даних. Він складає таємницю підприємства, є постійним робочим документом служб безпеки інформації підприємства. На основі такого переліку складається список документів підприємства, що підлягають інформаційному захисту і мають відповідний гриф обмеження доступу. Конфіденційний характер включеної в документ інформації позначається грифом обмеження доступу до документа, що представляє собою службову відмітку (реквізит), який проставляється на носії інформації чи супровідному документі. На цінних, але не конфіденційних документах може проставлятися гриф (напис, штамп), що передбачає особливу увагу до зберігання такого документа.

Розробляючи політику захисту облікової інформації слід звернути увагу на організацію конкретної технології обробки бухгалтерської інформації, технічного та програмного забезпечення цієї обробки. Таке забезпечення має бути спрямовано на зменшення ризику автоматизованих систем бухгалтерського обліку під час документування господарських операцій, неправильного відображення їх у регістрах бухгалтерського обліку. Технології обробки бухгалтерської інформації за допомогою автоматизованих систем контролю мають бути такими, щоб дозволяли виявляти проблеми та контролювати можливі помилки, перш ніж вони з'являться.

Тому технологія обробки бухгалтерської інформації, технічне та програмне забезпечення мають бути спрямовані на зведення до мінімуму ризиків автоматизованого оброблення облікових даних, пов'язаних з помилками під час введення даних у систему; хибними кодами; недозволеними операціями; порушенням або втратою записів; неповними або неточними даними, що вводяться до облікової системи; недоречним способом контролю; ланцюжком помилок, які можуть дати хибні результати тощо.

Важливим моментом в організації захисту інформації є відповідальність працівників за її конфіденційність. Для цього до посадових інструкцій співробітників мають бути внесені положення, що забезпечать захист бухгалтерської інформації. Зокрема, вказати правила поведінки працівника, його зобов'язання з дотримання цих правил та відповідальності перед роботодавцем за їх сумлінне виконання, щоб не допустити ризиків щодо витоку облікової інформації. Така посадова інструкція підписується кожним співробітником при прийнятті його на роботу.

Дослідження організації захисту облікової інформації від різного виду погроз дозволило показати необхідність такої організації цього процесу, зафіксувавши його у нормативному документі підприємства – у Наказі про облікову політику. У ньому слід передбачити наступні складові: елементи та напрямки облікової політики щодо захисту облікової інформації, склад облікової інформації, що підлягає захисту; технологію обробки бухгалтерських даних, програмне та технічне забезпечення, які дозволять

здійснювати захист бухгалтерської інформації; відповідальність працівників за конфіденційність інформації.

Література

1. Мехед Д.Б. Захист інформації на підприємстві // [Електронний ресурс]: – Режим доступу: file:///H:/downloads/Vcndtn_2014_2_24.pdf
2. Борозніченко В.О. Комп'ютерні технології// [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://nau.edu.ua/site/variables/docs/docsmenu/studnauka/polit2013/tezy/142_tech.pdf.

УДК 338.48

Зайцева М.М., к.е.н.

Харківський державний академії культури

ВНУТРІШНІЙ АУДИТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Актуальність проведення внутрішнього аудиту системи управлінського обліку на підприємствах в даний час викликана об'єктивною необхідністю підвищення ефективності управління підприємством та отримання економічних вигід для власника, працівника і покупця і що прийняття їм управлінських рішень. Даний вид аудиту надає позитивна дія на результативність, дієвість і ефективність діяльності підприємства, забезпечує велику прозорість управління.

В умовах формування ринкових відносин в Україні важливе значення придбає здатність підприємства пристосуватися до нових умов господарювання. Це усуває на перший план рішення задач по забезпеченню організаційно-економічної стійкості і конкурентоспроможності підприємства в умовах зовнішньої середи, що безперервно змінюються, особливо при проведенні економічних реформ. Стратегія економічної реформи передбачає комплексний розвиток нових господарських відношень у всіх ланках економіки, формування гнучкої і адаптивної системи управління і створення умов, необхідних для ефективної підприємницької діяльності. Одним з найбільших секторів економіки, що динамічно розвивається, є індустрія туризму. В Україні туристична індустрія знаходиться у стадії свого становлення як самостійний сектор економіки. Аудит індустрії туризму на сьогодні один з найпопулярніших, оскільки ця сфера швидко розвивається, відповідно, постійно зростає кількість компаній, що надають такі послуги. Про аудит в цій сфері в основному заходить мова, коли виникає необхідність залучити додаткові інвестиції, зацікавити інвесторів або отримати банківську позику або кредити для індивідуальних підприємців.

Вся економічна система, як і господарство окремого суб'єкта, у тому числі і туристичного підприємства, має свою цільову функцію, яка реалізується і досягається за допомогою ефективного управління, що діє, однією з функцій котрого є контроль

Контроль дає інформацію відносно процесів, які відбуваються на туристичному підприємстві, допомагає приймати найбільш доцільні рішення по загальних і спеціальних питаннях розвитку підприємства туризму, дає можливість судити про правильність прийнятих рішень, своєчасності і результативності їх виконання. Контроль, як функція управління дозволяє своєчасно виявити і усунути ті умови і чинники, які не сприяють ефективному веденню туристичної діяльності на підприємстві і досягненню поставленої мети. Контроль допомагає скоректувати діяльність туристичного підприємства, дає можливість встановити які служби і підрозділи підприємств туристичної індустрії, а також направлення його діяльності сприяють досягненню поставленої мети і підвищенню результативності діяльності туристичного підприємства. Таким чином, контроль виступає засобом двостороннього

зв'язку між об'єктом управління і системою управління, інформуючи про стан об'єкту і фактичному управлінні управлінських рішень.

Фінансовий контроль, як складова інструментарію управління фінансами існував завжди, і лише органічно змінювався разом з еволюційними процесами економічних відносин у суспільстві. Він використовувався в міру певних економічних і політичних завдань, із змінами яких трансформувалися й усі елементи системи фінансового контролю: як суб'єкти, так і об'єкти, як предмет і принципи, так і методи контролю, як процес контролю, так і управлінські рішення, що приймаються за його результатами.

Правильна побудова та чітке функціонування системи обліку на підприємствах туризму багато в чому залежать від наявності відлагодженого внутрішньогосподарського контролю. Проте унаслідок різних причин організована на підприємстві система внутрішньогосподарського контролю не завжди досить ефективна. Організація внутрішнього аудиту є одним з найбільш надійних способів контролю за станом обліку і ефективності функціонування системи внутрішньогосподарського контролю на туристичному підприємстві.

На жаль, в даний час в Україні недооцінюються значення внутрішнього аудиту як самостійного вигляду аудиту. Так, у Законі України «Про аудиторську діяльність» від 22.04.93р. (із змінами і доповненнями) про внутрішній аудит взагалі не згадується. Не прямо на необхідність організацій внутрішнього контролю вказано у Законі України від 16.07.99р. «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» відповідно до якого питання організації бухгалтерського обліку на підприємстві належить до компетенції його власника або уповноваженого органу відповідно до законодавства та установчих документів. Цим законом теж не регламентовано обов'язковість внутрішнього контролю. Як правило, бухгалтер стає простим реєстратором господарських операцій. У ділових стосунках між керівником і бухгалтером, за відсутності жорсткого регламенту в частині внутрішнього контролю, утворюється певний «вакуум» щодо прийняття рішення на самоперевірку бухгалтерії. Хоча керівники підприємств і наділені правом ініціювати проведення внутрішньої перевірки стану бухгалтерського обліку на підприємстві, мало хто з них, як свідчить практика, користується цим правом.

Основними об'єктами внутрішнього аудиту є вирішення окремих функціональних завдань управління, розробка і перевірка інформаційних систем підприємства. Об'єкти внутрішнього аудиту можуть бути різними залежно від особливостей економічного суб'єкта і вимог його керівництва і власників.

Внутрішній аудит – невід'ємна частина управлінського контролю підприємства, він може бути і незалежним, тобто безпосередньо підкорятися не виконавському органу підприємства, а зовнішнім засновникам. Внутрішній аудит – один із способів контролю за ефективністю діяльності ланок структури економічного суб'єкта. Проведення внутрішнього аудиту має для керівництва і власників підприємства інформаційне і консультативне значення. Оскільки покликаний сприяти оптимізації діяльності підприємства і виконанню обов'язків його керівництва.

Потреба у внутрішньому аудиті виникає на великих туристичних підприємствах у зв'язку з тим що, вище керівництво не займається повсякденним контролем діяльності організації і нижчих управлінських структур. Внутрішній аудит дає інформацію про цю діяльність і підтверджує достовірність звітів менеджерів. Внутрішній аудит необхідний головним чином для запобігання втраті ресурсів і здійснення необхідних змін усередині підприємств туризму. Організація, роль і функції внутрішнього аудиту визначаються самим підприємством. Функції аудиту можуть виконувати спеціальні служби або окремі аудитори, що полягають в штаті туристичного підприємства, ревізійні комісії,

що залучаються для цілей внутрішнього аудиту сторонні організації і зовнішні аудитори. Об'єктивність внутрішнього аудиту забезпечується мірою незалежності в структурі управління підприємства. Ця вимога забезпечується тим, що він зобов'язаний представляти звіти керівництву, що лише призначило його, і власникам і незалежний від керівників філій підприємства, що перевіряються, структурних підрозділів, органів внутрішнього контролю. Завдання внутрішнього аудиту визначаються керівництвом виходячи з потреб управління як підрозділами підприємства, так і підприємством в цілому.

З метою підвищення ефективності контролю важливо на рівні підприємства здійснювати внутрішній контроль у двох формах: господарський контроль – з боку керівників і фахівців відділів і служб та бухгалтерський – з боку працівників бухгалтерій. Такий контроль повинен здійснюватися фахівцями підприємств за функціонувальним принципом.

На туристичних підприємствах фінансовий аудит проводять не тільки коли виникає необхідність залучити додаткові інвестиції, зацікавити інвесторів або отримати банківську позику, а також якщо такий передбачений статутом компанії. У такому разі він носить періодичний характер – може бути щорічний, щоквартальний т.д. Традиційно, аудит-послуги керівники туристичних компаній замовляють для перевірки фінансової звітності, пошуку в ній помилок, перед очікуваною податковою перевіркою (своєчасно і якісно проведений аудит може звести нанівець ризик знайдених податковою порушень). Грамотно проведений аудит допоможе керівництву приймати потрібні рішення, мінімізує ризики ведення бізнесу. Ефективність всього подальшого менеджменту залежить від якості проведеного аудиту. Фінансовий аудит турфірми починається із загального знайомства з організацією. Насамперед аудитори перевіряють наявність ліцензії на здійснення діяльності як міжнародною, так і в межах України. Аудитори знайомляться із засновницькими документами, вивчають структуру організації, особливості облікової політики, аналізують порядок формування статутного капіталу, механізм розподілу прибули, досліджують внутрішню документацію. Якщо фірма займається міжнародною діяльністю, то у неї має бути відкритий валютний рахунок. Що стосується бухгалтерської звітності, то витрати на ліцензування права здійснення туристичної діяльності відображаються на рахунках: дебет «Нематеріальні активи» і кредит «Розрахунковий рахунок». Предметом договору між турфірмою і клієнтом є послуга з продажу путівки. Тому і особливістю аудиту туристичних організацій є перевірка правильного формування вартості послуг туристів, тобто путівок. Ця вартість залежить від виду туризму: зовнішній, внутрішній, в'їзний, виїзний, а також діяльності туристичного підприємства: турагентська або туроператорська. Будь-який з видів туризму оформляється за допомогою путівки, в якій вказані всі послуги і їх вартість. Мета фінансового аудиту туристичних фірм – це не лише перевірка на законність фінансової діяльності, але і максимально точно формування фінансового результату. Тому такі перевірки дуже важливі для стратегічного розвитку фірм, розрахунку очікуваної вигоди і збігу її з отриманою в реальності.

Таким чином, в рамках внутрішнього аудиту здійснюється не лише детальний контроль за збереженням активів, але і контроль за політикою і якістю менеджменту на туристичних підприємствах. Внутрішній контроль впливає на ефективність всіх функцій системи управління, взаємодіючи з кожною з них, оцінює їх з точки зору погодженості із загальною стратегією управління; контроль підтримує систему в ефективному стані пронизуючи всі стадії системи управління від розробки стратегічних планів до прийняття управлінських рішень щодо реалізації тактичних планів; система

внутрішнього контролю зводиться до мінімуму невизначеність та ризик; за допомогою контролю досягається прийняття оптимальних управлінських рішень в поточній та майбутній діяльності. Виходячи з вищезгаданого можна сказати, що, підрозділи внутрішнього аудиту є сьогодні необхідною умовою для продуктивної і повноцінної життєдіяльності підприємства.

УДК 33.658:65.012.8:657

Мірошник В.В., к.е.н.

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

ОБЛІКОВО-КОНТРОЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОНИТОРИНГУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У сучасних умовах господарювання питання забезпечення економічної безпеки підприємства виходять на перший план. Адже діяльність будь-якого підприємства протікає в умовах невизначеності та мінливості, як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, що супроводжується різним рівнем ризиків та великою кількістю загроз. Необхідність досягнення високого рівня економічної безпеки нерозривно пов'язано з процесом розвитку самого підприємства. Управління економічною безпекою забезпечує стійкість до зовнішніх умов господарювання, дає можливість для розширеного відтворення та як результат – досягнення високого рівня економічної стабільності.

З одного боку, створення надійної системи управління економічною безпекою підприємства зумовлюється необхідністю відповідати інституційним вимогам держави, яка виступає гарантом безпеки свого народу, в т.ч. підприємців, в плані досягнення вищого рівня життя, стабільності і якісних цивілізаційних перетворень, що слідує з бажання бути рівноправним суб'єктом світової економічної та політичної спільноти. З іншого боку, підприємці вкладаючи власний капітал у господарську діяльність має бажання стабільно отримувати високі економічні вигоди. У наявній ситуації окреме підприємство аби відповідати вимогам сьогодення, успішно конкурувати і досягати окресленої місії, має професійно діяти: випереджати зміни зовнішнього середовища, створювати надійне внутрішнє середовище, контролювати власну господарську діяльність.

Очевидним є те, що для ефективного управління необхідна якісна інформація. Безпека підприємства є специфічним видом діяльності фахівців безпекознавців, головною задачею яких є комплексне інформаційне забезпечення управлінців найбільш повною та достовірною фактографічною і концептуальною інформацією (особливо порівняльного і прогностичного характеру) про стан, тенденції і перспективи розвитку певного об'єкта.

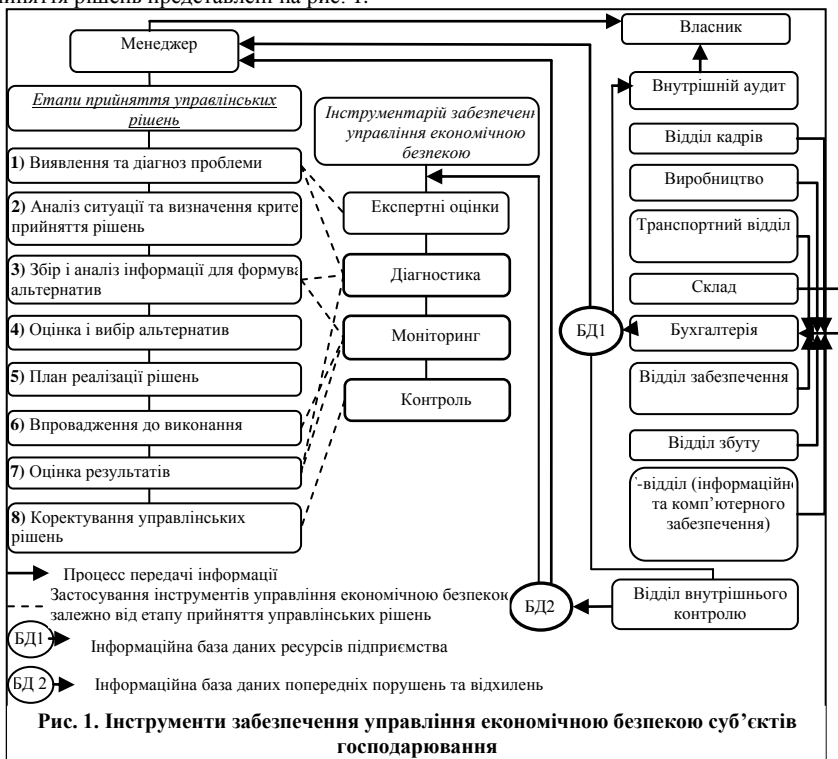
Таку інформацію забезпечує широкий діапазон інформаційних технологій за усіма аспектами класичного управління, а саме бухгалтерський облік та внутрішній контроль.

Бухгалтерський облік у системі управління включає збір, обробку й узагальнення даних про операції і процеси, які здійснюються на керованих об'єктах. В свою чергу, розподіл сфер діяльності та інтересів між власниками капіталу й виконавчою дирекцією в особі найманих службовців обумовлює необхідність відлагодженої системи внутрішнього контролю, яка підтверджує або відхиляє достовірність облікової інформації.

Тож, з метою керування певним об'єктом господарської діяльності система управління економічною безпекою використовує підтвержені дані бухгалтерського обліку, які є основою при формуванні інформаційно-аналітичного забезпечення.

Дослідження і досвід практичної роботи показали, що інформаційно-аналітична діяльність фахівця має достатньо високу значущість. Формування етапів реалізації інформаційно-аналітичної діяльності фахівця дозволило нам проаналізувати особливості прийняття рішень в умовах професійного середовища. Ефективність процесу прийняття рішення з позиції організації інформаційно-аналітичної діяльності фахівця-споживача інформаційної послуги залежить від інструментарію задоволення інформаційних потреб користувачів (фахівців). Такими інструментами є діагностика, моніторинг та контроль.

Етапи реалізації інформаційно-аналітичної діяльності фахівця в контексті прийняття рішень представлені на рис. 1.



Зупинемо увагу на такому інструменті економічної безпеки, як моніторинг. Об'єктивна основа можливості проведення моніторингу полягає в органічній єдності минулого, сьогодення і майбутнього, безперервності інтенсифікації всіх процесів господарювання: матеріальних і нематеріальних, економічних і соціальних, екологічних, технологічних і т.п. Її реалізація вимагає участі висококваліфікованих спеціалістів, здатних творчо сприймати і аналізувати відбуваються процеси, що виникають процеси, виявляти нетривіальні підходи до їх розуміння, розробляти оригінальний методи їх вирішення.

Моніторинг (від лат. Monitor – застережливий) – це регулярно здійснюється

протягом всього управлінського циклу технологія отримання інформації про стан об'єкта управління та аналізу змін, що відбуваються в ньому.

Під моніторингом ми розуміємо, постійний процес, проведення оцінки якості функціонування системи управління в у часі. Основна сфера застосування моніторингу – рішення так званих слабо структурованих задач. Їх специфіка – переважання якісних змінних, неможливість використання типових, жорстко заданих алгоритмів управлінських дій, необхідність звернення до евристичних підходів, розробки оригінальних моделей і методів.

У своєму практичному втіленні на рівні підприємства моніторинг являє собою спеціалізовану систему управління, в якій на основі систематичного, регулярного отримання та аналізу відповідної інформації забезпечується можливість адекватного реагування на зовнішні загрози та відхилення в її роботі. Моніторинг в рамках підприємства можна розглядати як механізм забезпечення політики безпеки, попередження та усунення внутрішніх і зовнішніх загроз. У своїй мінімальній конфігурації моніторинг підприємства включає наступні елементи:

- інформаційну систему;
- аналітичну систему;
- оперативну систему.

Інформаційна система забезпечує регулярний збір інформації, її обробку, упорядкування і можливість доступу до неї певних користувачів. Основне завдання, яке вирішується даною системою, полягає в тому, щоб визначити мінімум необхідної інформації для кожного підрозділу. Адже у випадку надлишкової інформації, наявності «інформаційних шумів» воно може взагалі втратити чутливість до будь-яких подій, в тому числі і до тих, які важливі для її функціонування.

В рамках аналітичної системи забезпечується змістовна оцінка значень контрольованих параметрів, їх зіставлення з встановленими стандартами (контрольними значеннями) за часом, структурі, співвідношенню з іншими параметрами. На основі визначення відхилень значень моніторингових параметрів виявляється характер їх впливу на досягнення цілей підприємства. Таким чином визначається, якою мірою підприємство справляється з поставленими завданнями і який прогрес у досягненні стратегічних цілей. В узагальненому вигляді ці дані надходять в оперативну систему, яка призначена для вироблення відповідних рішень щодо цілей розвитку, стратегії і змісту необхідних заходів, уточнення і (якщо необхідно) коригування номенклатури і порогових значень моніторингових параметрів. Вона виробляє рекомендації та рішення про внесення змін у стратегію, зміст роботи, показники оцінок і систему моніторингу в цілому. Потім рекомендації у вигляді оперативної інформації або аналітичних довідок надходять до керівника підприємства або в підрозділ, що має повноваження щодо прийняття рішення в даній області.

Отже, достовірне встановлення фактів невідповідностей у діяльності підприємства, досягається лише шляхом використання інструментів системи управління економічною безпекою.

УДК 65.012.

Ямборко Г.А., к.е.н., доцент

Київський національний економічний університет ім. В.Гетьмана

ТЕОРІЯ І ПРАГМАТИКА ПРИНЦИПІВ РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В сучасних умовах розвитку підприємницької діяльності актуалізується значення

показників фінансової звітності підприємств, як джерела інформації для прийняття управлінських рішень і особливо важливим показником є фінансовий результат. Процедура визнання доходів, витрат і визначення фінансових результатів ґрунтується на застосуванні принципів бухгалтерського обліку, що підвищує цінність і зрозумілість облікової інформації широким колом користувачів. Слід зазначити, що розробка загальноприйнятних принципів бухгалтерського обліку, які б уможливили отримання користувачами достовірної інформації про діяльність компанії набула особливої актуальності після криз і депресій 30 років. Останніми роками термін “принцип бухгалтерського обліку” став досить уживаним у роботах вітчизняних і зарубіжних авторів з бухгалтерського обліку, однак він не зводився до особливої категорії обліку, а самі принципи ще не систематизовані. Принцип (principium) – (з латинської) буквально означає початок чи основу, тобто базове положення, яке визначає всі подальші твердження, що випливають з нього. В великому тлумачному словнику сучасної української мови наводиться таке визначення принципу: “Основне вихідне положення якої-небудь наукової системи, теорії [1, с 356]. Принципи повинні не тільки конкретизувати окремі правові норми, але й доповнювати їх за відсутності законодавчих положень з обліку окремих господарських операцій, результати щодо яких відображаються у фінансовій звітності. Навіть ідеальні правові норми не можуть охопити перелік всіх можливих господарських операцій. За невизначеності, що виникає в процесі господарської діяльності, як норматив, якраз і використовуються принципи. Економічною літературою описані індуктивні і дедуктивні методи визнання принципів бухгалтерського обліку. Представники індуктивного методу першоджерелом принципів обліку розглядають погляди порядних і чесних суб’єктів господарювання, з якими визначитись досить складно, то індуктивний метод розвитку принципів не отримав підтримки. Дедуктивний метод визначення принципів обліку орієнтується на мету фінансової звітності, яка слугує різним цілям різних користувачів, через це передумови для використання дедуктивного методу також відсутні. В бухгалтерському обліку використовуються тільки законодавчо закріплені принципи, а дедукція спрямовується на їх пояснення і інтерпретацію. Застосовуючи принципи обліку, слід враховувати, що процес обліку складається з кількох етапів: спочатку проходить спостереження за господарськими явищами і процесами, їх вимірювання у грошовому виразі. Далі отриману інформацію необхідно зареєструвати і згрупувати за задалегідь прийнятою і науково обґрунтованою схемою. Обліковий процес закінчується відповідним узагальненням отриманих облікових показників і визначенням фінансового результату. Отже, принципи, покладені в основу оцінки фактів господарського життя розкривають їх у такій формі, у якій вони мають сенс для користувачів облікової інформації. Загальні теоретичні положення визначають практику ведення обліку, що і пояснює посилення уваги до принципів бухгалтерського обліку протягом останніх років.

В бухгалтерському обліку для визначення фінансового результату, традиційно співставляються доходи і витрати і оцінюється результат діяльності, як економічний успіх суб’єкту господарювання. З метою визнання доходу і витрат створено комплексну систему що включає Концептуальні основи фінансової звітності, МСБО 18 “Дохід”, П(С)БО 15 “Дохід”. У Концептуальній основі дохід визначено як збільшення економічних вигод протягом облікового періоду у вигляді надходження або збільшення корисності активів чи зменшення зобов’язань, що призводить до збільшення власного капіталу, окрім випадків, пов’язаних із внесками учасників власного капіталу[2, с. 63]. Водночас, МСБО 18 “Дохід” наведено визначення доходу, як “валове надходження економічних вигод протягом певного періоду, яке виникає в ході звичайної діяльності підприємства, коли власний капітал зростає внаслідок цього надходження, а не

внаслідок внесків учасників капіталу» [3]. Міжнародним стандартом окреслено обліковий підхід до доходу, який виникає внаслідок певних операцій, зокрема: реалізація товарів; надання послуг; використання активів підприємства іншими сторонами, яке приносить відсотки, роялті та дивіденди. Дохід для кожного типу операції визнається, коли: існує ймовірність того, що економічні вигоди, пов'язані з операцією, надійдуть на підприємство; сума доходу може бути достовірно оцінена. Згідно з вимогами міжнародного стандарту бухгалтерського обліку дохід повинен включати тільки валові економічні вигоди, які отримані та підлягають отриманню підприємством, а тому з доходу виключаються суми, отримувані від імені третіх сторін (такі як податок з продажу, податки на товари та послуги і податок на додану вартість).

Для визначення фінансового результату порівнюють доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені задля отримання цих доходів. Дослідження витрат виробництва як об'єкта бухгалтерського обліку має суттєве значення для управління підприємством. За бухгалтерського підходу при визнанні витрат важливе значення мають принципи обліку, дотримання яких визначає достовірність формування фінансового результату. Застосування принципів визнання витрат дає змогу відобразити витрати звітного періоду і відокремити їх від витрат майбутніх періодів і від витрат, які капіталізуються і формують собівартість активів. Водночас, кожний господарюючий суб'єкт визначає власні правила облікової політики в сфері формування витрат через систему внутрішніх документів з врахуванням облікових оцінок. Загальні підходи щодо формування інформації про витрати звітного і майбутніх періодів, собівартість готової продукції (робіт, послуг, інших активів) розкриті в НСБО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", 16 "Витрати". Перш за все, необхідно зрозуміти суть самого поняття витрат в системі економічних категорій і бухгалтерського обліку, зокрема. Відповідно до "Концептуальних основ фінансової звітності" витрати визнаються, коли виникає зменшення майбутніх економічних вигод, пов'язаних зі зменшенням активів або збільшенням зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками) за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені [2, с.68]. Отже, процедура визнання доходів, витрат і фінансових результатів залишається актуальною для підприємств різних форм власності і галузей діяльності і потребує чіткого опрацювання теоретичних і практичних питань в умовах реформування бухгалтерського обліку. Досягнення вимог достовірності фінансової звітності та підвищення розуміння методики формування фінансових результатів можливе лише за умов застосування загальноприйнятих принципів. Встановленню єдиного методологічного підходу до розкриття інформації про фінансові результати у фінансовій звітності сприятиме ефективності управлінських рішень.

Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови [Текст]: 170 000 слів і словосполучень / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.: Ірпінь: ВТФ «Перун», 2004. – 1440 с.
2. Концептуальна основа фінансової звітності [Електронний ресурс]: Міністерства фінансів України - Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/file/link/332198/file/buh.pdf>.
3. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та фінансової звітності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом МФУ від 07.02.2013 № 73. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.
5. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність" від 16.07.1999 № 996-XIV – [Електронний ресурс] / Закон Верховної ради України – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

УДК 657

Горячківська І.В., *здобувач*

Мігус І.П., *д.е.н., професор*

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СИСТЕМА ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЇЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Сучасні умови господарювання характеризуються постійним збільшенням кількості економічної інформації як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівнях. Для всіх користувачів економічна інформація є базою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. У зв'язку з цим істотно зростає необхідність дієвого контролю за повнотою і достовірністю поточної та звітної економічної інформації сучасних підприємств. Одним з основних інструментів вирішення подібних проблем є своєчасний внутрішній контроль, роль якого в ухваленні раціональних управлінських рішень на разі є досить великою.

Внутрішній контроль являє собою комплекс дій, правил та заходів, запроваджених керівництвом суб'єкта господарювання, що постійно застосовуються в діяльності підприємства з метою забезпечення впевненості в досягненні ним наступних загальних цілей:

- результативності діяльності, економності та ефективності використання ресурсів;
- відповідності чинним законам, іншим нормативно-правовим і регулюючим актам, політиці та процедурам;
- незалежності та надійності інформації, рахунків та даних;
- захисту активів від втрат, зокрема тих, які виникли через зловживання, нерегульованість чи корупцію [1].

Внутрішній контроль є постійним управлінським процесом, що охоплює всі операції кожної структурної одиниці підприємства, забезпечуючи визначення і аналіз ризиків його діяльності з метою їх попередження чи обмеження. Відповідно до МСА 315 «Ідентифікація та оцінка ризиків суттєвих викривлень через розуміння суб'єкта господарювання і його середовища», даний процес має такі складові:

- контрольне середовище;
- облікову систему;
- контрольні процедури [2].

Сафонов Т.І. зазначає, що основними складовими внутрішнього контролю на підприємстві є система внутрішнього контролю та внутрішній аудит. Винятково важливо чітко виокремлювати поняття внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту, оскільки в наукових роботах та на практиці часто зустрічаються випадки, коли ці поняття використовують некоректно, замінюючи одне іншим [3].

Систему внутрішнього контролю можна визначити як систему фінансового та іншого контролю, організовану керівництвом підприємства з метою здійснення його впорядкованої і ефективної роботи, забезпечення дотримання політики керівництва, охорони активів, повноти і точності документів. У більш широкому розумінні, система внутрішнього контролю - це комплекс процедур і методів, що діють в компанії і спрямовані на дотримання норм Цивільного та Господарського кодексів, захист власних активів та інформації, підготовку достовірної та коректної бухгалтерської та фінансової звітності, виявлення та усунення помилок як в облікових записках, так і у внутрішніх процесах підприємства в цілому.

Яким чином буде організований внутрішній контроль, вирішується керівництвом господарюючого суб'єкта (наприклад, шляхом створення відділу внутрішнього

контролю, внутрішнього аудиту, ревізійного відділу або укладення договору зі сторонньою організацією). Основний принцип повинен бути таким: дотримуватися розумності і зіставляти трудовитрати при здійсненні контролю з отриманим результатом. При побудові системи внутрішнього контролю необхідно використовувати найбільш ефективні підходи з урахуванням масштабів діяльності підприємства і прагнути до оптимізації витрат (на штатних працівників, консультантів, аутсорсинг і програми внутрішнього контролю) проводити необхідний, але достатній обсяг контролю.

Завданням служби внутрішнього контролю може бути побудова системи внутрішнього контролю підприємства (точніше, активне сприяння менеджменту в побудові такої системи), а завданням внутрішнього аудиту - проведення оцінки надійності та ефективності цієї системи.

Внутрішній аудит покликаний виконувати ширші завдання щодо оцінки процедур внутрішнього контролю, процесів управління ризиками, корпоративного управління. Однак в залежності від рівня розвитку корпоративної культури (в тому числі середовища контролю) пріоритетом для служби внутрішнього аудиту може стати виконання завдань, які зазвичай стоять перед контрольно-ревізійною службою.

Наприклад, якщо на підприємстві відсутня ефективна система внутрішнього контролю, то внутрішній аудит в меншій мірі буде займатися оцінкою системи внутрішнього контролю і більшою – питаннями збереження активів і виявленням випадків шахрайства. У даній ситуації у міру побудови системи внутрішнього контролю потреба у внутрішньому аудиті як у функції незалежної оцінки виконанню їхніх обов'язків буде з часом зростати.

Наявність ефективної системи внутрішнього контролю знаходить своє відображення, в першу чергу, в наданні повної і достовірної фінансової звітності, тобто сприяє підвищенню рівня інформаційної безпеки суб'єкта господарювання. Крім того, заходи, що проводяться в рамках такої системи, відчутно знижують ризик і ймовірність недобросовісної діяльності персоналу підприємства щодо управління його активами, що гарантує високий рівень майнової безпеки компанії.

Для того, аби встановити, наскільки ефективним є функціонування системи внутрішнього контролю з позиції економічної безпеки підприємства, доцільно періодично проводити аудит ефективності системи внутрішнього контролю. Аудит системи внутрішнього контролю може здійснюватися щодо:

— створеного на підприємстві середовища функціонування. При цьому основна увага буде приділятися компетентності співробітників і керівництва, стилю роботи колективу, організаційній структурі, кадровій політиці тощо.

— стратегії визначення ризиків, що надходять ззовні або формуються у внутрішньому середовищі підприємства.

— інформаційної системи, яка тісно пов'язана з підготовкою бухгалтерської та фінансової звітності, обробкою даних і обліком активів, зобов'язань тощо.

— комплексу контрольних дій, схем і заходів, в тому числі - моніторингу середовища для перевірки, наприклад, якості виконання розпоряджень і наказів керівництва.

Оцінити ефективність системи внутрішнього контролю можна шляхом виконання конкретного переліку дій, до якого входять:

— аналіз облікової політики з точки зору відповідності цілям функціонування підприємства;

— аналіз проведення єдиної облікової політики для холдингової або філіальної структури бізнесу;

- перевірка графіка документообігу та оцінка ефективності його функціонування;
- перевірка наявності та коректності посадових інструкцій співробітників бухгалтерії і фінансової служби;
- аналіз організації системи електронної обробки інформації і системи податкового обліку.

Організація ефективної системи внутрішнього контролю є одним із завдань забезпечення економічної безпеки підприємства та обов'язковою умовою побудови сучасної системи економічної безпеки суб'єкта господарювання.

Література

1. Семенець А. О. Організація внутрішнього аудиту реалізації продукції / А.О. Семенець // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства Харків: НТУ «ХП». – 2013. – С. 145–152.
2. Мірошниченко М. Ю. Внутрішній контроль як умова підвищення ефективності діяльності підприємства [Електронний ресурс] / М. Ю. Мірошниченко – Режим доступу до ресурсу: <http://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/.pdf>.
3. Сафонов Т. І. Поняття і сутність внутрішнього аудиту в системі управління підприємством / Т. І. Сафонов. // Науково-практичне видання Незалежний аудитор. – 2013. – С. 64–68.

УДК 657

Дунаєва М.В., ст. викладач

ДУДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ З ВИКОРИСТАННЯМ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ

Формування ринкової економіки в Україні вимагає кардинальних змін в управлінні і перебудові системи та методології обліку. Удосконалення бухгалтерського обліку виробничих запасів нерозривно пов'язано з вирішенням таких проблем, як:

- ✓ обґрунтування понятійного апарату щодо визначення поняття "виробничі запаси";
- ✓ визначення і використання облікової інформації для цілей оперативного управління і контролю;
- ✓ удосконалення методів оцінювання;
- ✓ організація поточного контролю за наявністю та рухом запасів;
- ✓ методики ведення бухгалтерського обліку та проведення контролю виробничих запасів в умовах його автоматизації і комп'ютеризації та розробки і впровадження програмного забезпечення з використанням ЕОМ.

Основними завданнями удосконалення обліку запасів є:

- 1) уточнення класифікації та методики оцінки запасів;
- 2) визначення передумови раціональної організації обліку запасів на підприємствах;
- 3) обґрунтування системи обліку матеріальних витрат на освоєння нової техніки і технології виробництва;
- 4) уточнення об'єктів, суб'єктів та методики внутрішньогосподарського контролю запасів, критеріїв і ознак їх класифікації;
- 5) обґрунтування більш раціональних методів проведення інвентаризації запасів в умовах автоматизації, використання вимірювальної техніки і комп'ютерної технології.

Адаптацію національних стандартів бухгалтерського обліку доцільно здійснювати в напрямку найкращого досвіду міжнародних, а також національних (американських та

англійських) стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Загальні правила відображення виробничих запасів у звітності регламентуються міжнародним стандартом № 2 "Запаси". Стандарт дає визначення запасів, установлює правила формування їхньої первісної вартості (собівартості), пропонує методи розрахунку собівартості, правила оцінки запасів при відображенні в звітності, визначає порядок їхнього списання на витрати звітного періоду і висуває вимоги до розкриття інформації про запаси в звітності.

Згідно МСБО 2 запаси – це активи, що утримуються з метою продажу в нормальних умовах господарської діяльності; знаходяться в процесі виробництва для наступного продажу; являють собою сировину і матеріали, що будуть спожиті в процесі виробництва або надання послуг.

Таким чином, до запасів відносяться запаси товарів (торговельні підприємства), запаси готової продукції, незавершеного виробництва і сировини і матеріалів (виробничі підприємства), що представляють собою окремі категорії. Собівартість запасів включає усі витрати, зв'язані з придбанням, переробкою, та інші витрати, необхідні для приведення запасів у дійсне місце розташування і стан. Це означає, що при придбанні запасів усі витрати, прямо зв'язані з їхнім придбанням (ціна, мита, транспортування і т.п.), повинні включатися в їхню собівартість. Знижки, отримані при придбанні запасів, не повинні включатися у вартість придбання. Витрати на відсотки і курсові різниці також не включаються в собівартість запасів.

Вартість переробки містить у собі прями виробничі витрати та постійні і перемінні виробничі непрямі витрати, що розподіляються на систематичній основі. Відповідно собівартість виготовленої продукції формується за принципом повного поглинання виробничих витрат (метод директ-костінг не дозволений для розрахунку собівартості). Всі інші витрати можуть включатися в собівартість, тільки якщо вони прямо зв'язані з приведенням запасів у їхнє дійсне місце розташування і стан. [1, с. 126] Прикладом таких витрат є індивідуальні витрати на продукцію, призначену визначеному покупцеві по його замовленню. Адміністративні витрати, витрати на збереження, витрати на продаж звичайно не включаються до собівартості виготовленої продукції, а трактуються як витрати періоду.

Для розрахунку собівартості запасів дозволено використовувати три основних методи: метод ідентифікованої собівартості (коли відома вартість кожного конкретного об'єкта запасів), метод FIFO (коли передбачається, що перші за часом закупівлі запаси першими продаються або використовуються) і метод середньозваженої вартості (коли визначається середньозважена вартість одиниці запасів). Метод LIFO (коли передбачається, що останні за часом закупівлі запаси першими продаються або використовуються) з 01.01.2005 р. вже не використовується. Крім того, стандарт допускає такі технічні прийоми для визначення вартості запасів, як стандарт-кост, коли використовуються нормативні величини витрачених матеріалів, прані і тлі., і метод роздрібної торгівлі, коли виторг від продажу зменшується на відомий відсоток валового прибутку. [2 ст.58].

Підприємство використовує один і той самий метод розрахунку собівартості для всіх запасів, що мають аналогічну природу. Для запасів, що мають різну природу або спосіб використання, можуть використовуватися різні методи.

У звітності запаси відображаються по найменшій із двох вартостей – собівартості або чистої вартості реалізації. Це правило часто називають правилом LCM (lower of cost of market) – нижчої з двох оцінок – собівартості або ринкової ціни.

Під чистою вартістю реалізації для цілей МСБО 2 мається на увазі передбачувана ціна продажу в нормальному ході господарської діяльності, зменшена на передбачувані

витрати на доробку і передбачувані витрати на продаж.

Вимога списання вартості запасів до їхньої чистої вартості реалізації обумовлена загальним підходом до оцінки активів: активи не повинні відображати вартості, яка перевищує передбачувані доходи від їхнього продажу або використання.

При визначенні нижчої оцінки запаси порівнюються або на індивідуальній основі, або по аналогічних групах. Стандарт забороняє визначати нижчу оцінку цілком по категорії запасів (наприклад, цілком по сировині і матеріалах). Визначення нижчої з двох оцінок здійснюється на кінець кожного звітного періоду. Якщо обставини, що привели до списання запасів, більше не існують, то стандарт вимагає відновлення раніше списаних сум таким чином, щоб оцінка на кінець звітного періоду була найменшою із собівартості або чистої вартості реалізації на кінець цього звітного періоду.

У звіті про прибутки і збитки витрати, пов'язані із запасами, повинні відображатися з врахуванням наступних аспектів:

- а) якості витрат звітного періоду повинні визнаватися;
- б) вартість запасів, що були продані протягом звітного періоду;
- в) збиток від списання запасів до чистої вартості реалізації;
- г) втрати запасів.

Відновлення раніше списаних сум у результаті збільшення чистої вартості реалізації (чиста вартість реалізації стає вище собівартості і, відповідно, запаси відображаються по собівартості) відображається як зменшення витрат, визнаних у зв'язку з запасами.

У фінансовій звітності для забезпечення її корисності і збільшення порівнянності розкривають досить великий обсяг інформації про запаси облікова політика у відношенні оцінки запасів, у тому числі обрані методи розрахунку собівартості; поточна облікова вартість запасів, оцінених у звітності по чистій вартості реалізації; величина і причини відновлення раніше списаних сум і ін. [1, с. 128].

Тракування запасів в американських стандартах у цілому аналогічне вимогам міжнародних стандартів.

Загальне правило відображення запасів в обліку: запаси відображають в обліку тільки в тому випадку, коли право власності на них переходить до покупця. На практиці звичайно їх відбивають у момент одержання. Однак існують визначені правила для ряду конкретних ситуацій. Американські стандарти, наприклад, установлюють такі правила для товарів в дорозі (відображають в обліку в момент переходу права власності – у момент відвантаження або в момент одержання поза залежністю від фізичного надходження товарів); товарів, переданих на консигнацію (залишаються на балансі у власника), і т. ін. Так само, як і в міжнародних стандартах, собівартість запасів включає усі витрати, пов'язані з придбанням і приведенням їх у дійсний стан і місце розташування.

Існують дві можливих системи обліку запасів: постійного обліку та періодичного обліку. Відповідно до системи подвійного обліку усі рухи запасів відображають на рахунку «Запаси» (на відповідних субрахунках запасів), тобто і придбання, і витрати, зв'язані з придбанням, і повернення, і знижки, і продаж (використання) запасів змінюють сальдо даного рахунка (рахунків). Сальдо рахунка запасів на кінець звітного періоду дорівнює величині кінцевих запасів. Дана система передбачає ведення детальної інформації з кожного виду запасів. Інвентаризація запасів наприкінці періоду необхідна тільки для того, щоб звірити облікові дані з фактичними. Система постійного обліку використовується в російській практиці.

Рахунок запасів залишається незмінним протягом усього звітного періоду, не

змінюючись ні в момент закупівлі запасів, ні в момент продажу (використання) запасів. Закупівлі товарів, транспортні витрати при закупівлі, повернення і знижки враховуються на окремих рахунках, сальдо яких наприкінці звітної періоду враховується при розрахунку собівартості реалізованих товарів. Наприкінці звітної періоду проводиться інвентаризація для визначення величини запасів на кінець звітної періоду (кінцевих запасів), а потім розраховується собівартість реалізованих товарів і робиться “закриваюча” проводка – рахунка закупівель, транспортних витрат, знижок і повернення товарів, а також величина початкових запасів “закривається” на рахунку собівартості, а на рахунку запасів з’являється величина кінцевих запасів.

Основне правило для розрахунку собівартості реалізованих товарів виглядає в такий спосіб: розрахунок вартості кінцевих запасів; розрахунок показника “собівартість товарів, що можуть бути продані”, що включає початкові запаси і періоду закупівлі; розрахунок собівартості реалізованих товарів: із собівартості товарів, що можуть бути продані, віднімається величина кінцевих запасів.

З придбанням запасів зв’язані транспортні витрати, операції по поверненню товарів і отримані знижки відображаються на окремих рахунках і наприкінці звітної періоду закриваються на собівартість реалізованих товарів. Знижки при закупівлі, згадані раніше, є знижками за оплату в строк. Саме їхній облік являє собою проблему, тому що торговельні знижки від ціпи товару просто зменшують ціну закупаваних товарів. Облік знижок при закупівлі (за оплату в строк) передбачає два методи: валовий й чистий.

Необхідно відзначити, що при використанні валового методу знижки при закупівлі включаються в собівартість реалізованих товарів, а при використанні чистого методу упущені знижки при закупівлі відбивають по рядку інших витрат.

Проаналізувавши міжнародний досвід, можна зробити висновок, що важливою передумовою обліку виробничих запасів є не тільки обґрунтоване їх визначення, але і їх оцінювання, що безпосередньо пов’язано з визначенням собівартості продукції. Оцінювання виробничих запасів по суті є основою для визначення собівартості і ціни виробленої продукції.

Література

1. Ловінська Л.Г. Бухгалтерський облік і контроль держ. сектору в умовах модернізації управління державними фінансами [Текст] : у 2 т. / Академія фінансового управління; - К. : ДННУ АФУ.Т. 2 : Реформування фінансового контролю як складової інституційних реформ у системі управління державними фінансами / [П. П. Андреев, О. О. Чечуліна, І. Ю. Чумакова та ін.]. - 2013. - 327 с. : табл. - Бібліогр.: с. 251 -265.

2. Д’яконова І.І. Міжнародні фінанси [Текст] : навч. посібник і Макаренко М.І., Журавка Ф.О. М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ "Українська акад. банківської справи НБУ". - К. : Центр учбової літератури, 2013. - 548 с.

УДК 657

Корольова Л.А., аспірантка

Уманський національний університет садівництва

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

На сучасному етапі для ефективного управління сільськогосподарським виробництвом в умовах, коли постійно змінюється кон’юнктура і розвивається конкуренція товаровиробників, для прийняття обґрунтованих управлінських рішень необхідна своєчасна, достовірна і аналітична інформація, яка використовується

керівниками на макро- і мікрорівнях і має охоплювати всі сторони діяльності підприємств.

Облікова інформація повинна слугувати основою для здійснення процесів прогнозування, планування, нормування, аналізу і контролю, тобто виступати важливим засобом у прийнятті ефективних управлінських рішень. За дослідженнями науковців, дані обліку становлять близько 70 % від загального масиву економічної інформації більшості підприємств. Американські автори Глен А. Велш і Деніел Г. Шорт розглядають облік як інформаційну систему керування, яка постійно пристосовується до потреб суспільства [3, с.198]. Тому формування системи обліково-аналітичного забезпечення, яка б задовольняла потреби управлінського персоналу, сприяла прийняттю ефективних управлінських рішень і, водночас, не зумовлювала великих витрат, пов'язаних з її функціонуванням, є сьогодні актуальним завданням для більшості вітчизняних підприємств, у тому числі й аграрних.

Система інформаційного забезпечення управління сільськогосподарським підприємством охоплює нормативно-правову, технологічну, фінансово-економічну, екологічну, природно-кліматичну та інші види інформації, а система фінансово-економічного інформаційного забезпечення (підсистемою якої є система обліково-аналітичного забезпечення) – нормативну інформацію (економічні норми та нормативи), плани, бюджети, кошториси), обліково-звітну та позаоблікову економічну інформацію.

Система обліково-аналітичного забезпечення підприємства є формою організації всіх видів обліку й аналізу, метою якої є забезпечення менеджерів підприємства інформацією для прийняття поточних і стратегічних управлінських рішень та контролю за їхньою реалізацією.[4, с.2]

Основними елементами цієї обліково-аналітичної системи є:

- об'єкт управління – підприємство загалом, його структурний підрозділ, вид діяльності, центр відповідальності, вид продукції, процес, переділ тощо;
- облік – система збирання, нагромадження, опрацювання, групування, узагальнення і реєстрації (фіксації) необхідної інформації або сукупності даних щодо кількісної або якісної характеристики подій, явищ, фактів, процесів, об'єктів тощо;
- аналіз – методи вивчення та наукового дослідження певних явищ, процесів, дій, результатів, використовувани для встановлення закономірностей і тенденцій розвитку економічних процесів, а також виявлення та оцінювання чинників, які впливають на фінансово-економічні показники (обсяг виробництва, обсяг реалізації, прибуток, рентабельність, витрати ресурсів, показники ефективності діяльності тощо);
- обліково-аналітична інформація – інформація, яку підприємство формує у процесі господарського обліку та економічного аналізу;
- управлінське рішення – формалізований на альтернативних засадах метод менеджменту, за допомогою якого суб'єкт управління отримує можливість безпосередньо впливати на об'єкт управління;
- контроль – елемент управління економічними об'єктами і процесами, суть якого полягає у спостереженні за ними з метою перевірки відповідності їхнього реального стану поставленим завданням розвитку підприємств, нормативним та інструктивним документам, нормам і нормативам, програмам, планам, бюджетам, кошторисам, проектам, договорам, угодам, контрактам тощо. [1, с.154]

Розглядаючи систему обліково-аналітичного забезпечення управління сільськогосподарським підприємством, необхідно враховувати те, що будь-яке підприємство не є уособленим, а утворює особливу єдність із зовнішнім середовищем, яке істотно впливає як на його діяльність, так і на прийняття управлінських рішень.

Система обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством, як випливає із суті її визначення, повинна інтегрувати три підсистеми: облікового забезпечення, аналітичного забезпечення та контролю.

Підсистема облікового забезпечення охоплює всі види господарського обліку. Залежно від природи облікової інформації, в Україні господарський облік поділяють на такі пов'язані між собою види: оперативний (оперативно-технічний), статистичний та бухгалтерський. В навчальній літературі, виділяють три види бухгалтерського обліку:

- фінансовий облік – сукупність правил і процедур, що забезпечують підготовку й оприлюднення інформації про результати діяльності підприємства та його фінансовий стан відповідно до вимог законодавчих актів і стандартів бухгалтерського обліку;

- податковий облік – система обов'язкових форм і методів відображення платниками податків результатів господарської діяльності або інших об'єктів, пов'язаних із визначенням податкового зобов'язання з певних податків;

- управлінський облік – сукупність методів і процедур, які забезпечують підготовку і надання інформації для планування, контролю та прийняття управлінських рішень на різних рівнях управління підприємством.

М.А. Вахрушина зазначає, що в структурі інформації фінансового обліку питома вага облікової інформації становить 40-50%, аналітична інформація – 50-60%. В управлінському обліку формується 70-80% аналітичної інформації, відповідно облікова інформація складає 20-30% [2, с. 17].

Переваги управлінського обліку, як джерела інформаційного забезпечення підприємницької діяльності полягають в тому, що:

- управлінський облік передусім є системою інформаційного забезпечення управлінських рішень, а основним його завданням є подання інформації в такій формі та в таких обсягах, які потрібні управлінцеві, і саме тоді, коли вона йому потрібна;

- управлінський облік є одночасно як обліком (в традиційному розумінні цього терміна), так і способом формування управлінської інформації;

- інформацію, яку використовують в управлінському обліку, формують як із внутрішніх, так і зовнішніх джерел;

- внутрішніми джерелами цієї інформації є дані, які формує сам управлінський облік, так і дані інших видів обліку - фінансового, податкового, оперативного, статистичного; обсяг масиву даних, які використовують в управлінському обліку, але які формують в інших видах обліку, залежить від конкретних управлінських потреб.

Ефективність функціонування системи обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством визначатиметься як витратами на її організацію та поточне забезпечення, так і результатами від управлінських рішень, прийнятих на підставі сформованої в цій системі інформації.

Література

1. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебн. пособ. / Т. Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 215 с.

2. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учеб. пособ. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 1999. – 359 с.

3. Глен А. Велш. Основи фінансового обліку. [Пер. з англ. О. Мініна та О. Ткач] / Глен А. Велш, Даніел Г. Шорт. - К.: Основи, 1999. – 835 с.

4. Загородній А.Г. Система обліково-аналітичного забезпечення менеджменту підприємства //Вісник Національного університету «Львівська політехніка» №576. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2007. – с. 94-102.

УДК 657

Маруніч А.А., магістр

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДУ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Фінансова звітність, яку формують суб'єкти малого підприємництва, зміст якої регулюється П(С)БО 25 «Положення (стандарту) бухгалтерського обліку» не зазнала змін при впровадженні НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Загальні засади щодо наповнення Спрощеного фінансового звіту, який формують суб'єкти малого підприємництва та Фінансового звіту не є однаковими, тобто мають явні відмінності. Отже, такий розподіл зазначеної звітності на такі дві категорії тільки ускладнює організаційні моменти облікового процесу і перешкоджає виконанню основних завдань стосовно щодо призначення даної фінансової звітності.

При дослідженні спеціальної літератури, присвяченої дослідженню проблематики фінансової звітності виділено ряд проблем, які розглядаються. Зокрема, необхідність удосконалення форм звітності у відповідності: до вимог МСФЗ; до потреб обліку; до потреб аналізу. Оптимальна класифікація звітності збільшує можливість мобільного пошуку резервів подальшого розвитку підприємцям та визначає вектори вдосконалення діяльності підприємства. Також доцільним є узгодження наукової думки стосовно поняття звітності у законодавстві та в спеціальній літературі.

В Україні розвиток ринкових відносин формується змінами правового, економічного та інформаційного середовища. Завдяки цим процесам зазнали змін й цілі підприємств та суттєво підвищується роль інформаційного супроводу при обґрунтовані ефективних управлінських рішень. Кожному суб'єкту господарювання для рентабельної діяльності необхідна інформація про контрагентів, які у відповідній сфері діяльності є конкурентами. Тому неабияка роль припадає інформаційному забезпеченню при здійсненні процесів управління. Ця роль формує підвищену увагу до фінансової звітності як базисного джерела інформації про повний фінансовий й майновий стани підприємства, та результати здійснення його діяльності протягом звітного періоду.

Сучасна система бухгалтерського обліку націлена на забезпечення співставного, своєчасного та повного фінансового звітування, що дозволяє належним чином оцінити економічну діяльність та надійність ділової інформації.

За даними бухгалтерського обліку методичний прийом звітного відображення господарської діяльності позиціонується як система, що містить групування визначених економічних показників, які в повній мірі характеризують основні аспекти діяльності кожного суб'єкта господарювання протягом звітного періоду, а саме: місяць, квартал, півріччя, дев'ять місяців, рік. Цей прийом передбачає складання звітності на базі даних бухгалтерського обліку суб'єкта, де відображено господарські операції способом суцільного і безперервного документування.

Користувачі формують свою думку про підприємство, яке звітується, на підставі різних форм звітності.

Аналітичний процес, що є базою прийняття оптимальних управлінських рішень, та передбачає оперування найрізноманітнішою інформацією та даними. Існують різні джерела необхідної для запитів та способів отримання інформації користувачами, яка так потрібна для прийняття оптимальних рішень. Бухгалтерська дана фінансова звітність саме й містить найбільший обсяг такої інформації.

Фінансова звітність призначена для задоволення потреб тих користувачів, що не мають змоги просити особливих звітів, складених під їх конкретні інформаційні

потреби. Склад такої фінансової звітності та форми подання інформації, а також порядок їх поступового заповнення визначаються Міністерством фінансів України при погодженні із Державною службою статистики України. В табл. 1 узагальнено склад такої фінансової звітності за суб'єктами господарювання.

Отже, склад фінансової звітності у суб'єктів господарювання для більшості підприємств, а саме для всіх підприємств містить 5 форм (крім представництв іноземних суб'єктів господарювання, бюджетних установ та суб'єктів малого підприємництва. Інший склад річної фінансової звітності, яку формують суб'єкти малого підприємництва, даний фінансовий звіт складається із двох форм.

У П(С)БО 25 [7] у повній мірі висвітлено методика формування показників звітних форм саме для суб'єктів малого підприємництва, а також, особливості заповнення рядків як для Спрощеного фінансового звіту у суб'єкта малого підприємництва так і для Фінансового звіту у суб'єкта малого підприємництва, які майже однакові.

Таблиця 1. Склад такої фінансової звітності за суб'єктами господарювання на 2016 р.

Підприємство	Склад фінансової звітності	Періодичність надання
Мале підприємство за критерієм ПКУ (п. 154.6) [6]	Спрощений фінансовий звіт у суб'єкта малого підприємництва складом (п. 1 П(С)БО 25 [7]): - форма №1-мс «Баланс»; - форма №2-мс «Звіт про фінансові результати»	1 раз на рік (п. 7 ст 11 Закону України № 996) [8]
Звичайне мале підприємство (не відповідає критерію п. 154.6 ПКУ) [6]	Фінансовий звіт у суб'єкта малого підприємництва складом (п. 1 П(С)БО 25 [7]): - форма №1-м «Баланс»; форма №2-м «Звіт про фінансові результати»	Щоквартально, наростаючим підсумком
Усі підприємства (за виключенням бюджетних та представництв іноземних суб'єктів господарювання)	Згідно з п. 8 НП(С)БО 1 [5]: - форма №1 «Баланс»; - форма №2 «Звіт про фінансові результати» - форма №3 «Звіт про рух грошових коштів» - форма №4 «Звіт про власний капітал» - форма №5 «Примітки до річної фінансової звітності» - форма №6 «Інформація за сегментами»	Щоквартально, наростаючим підсумком (ст. 13 Закону України № 996) [8] 1 раз на рік

Даний розділ звітності у визначених суб'єктів малого підприємництва в розрізі двох категорій тільки обтяжує обліковий процес й не сприяє виконанню основних завдань фінансової звітності стосовно її призначення. Фінансовий звіт у визначеного суб'єкта малого підприємництва має виступати елементом інфраструктури ринкової економіки, засобом комунікації між користувачами та укладачами звітності. Вважаємо за доцільне для суб'єктів малого підприємництва, які повністю підпадають під вимоги Податкового кодексу України (п. 154.6) [6] й мають право на використання спрощеного обліку витрат і доходів, складати та подавати Фінансовий звіт (у формах № 1-м, №2-м). Саме на підставі даних такої фінансової звітності можна оцінити майновий стан, а також результати діяльності й економічний потенціал суб'єкта господарювання, приймати досить ефективні управлінські рішення.

Правила, встановлені ухваленим даним національним стандартом обліку, мають на меті узгодити всі сторони проблемного питання під назвою «формування та подання фінансової звітності». Отже можна констатувати, що зміни, внесені з подачі Міністерства фінансів України, мають вирішальний вплив на теорію та практику ведення обліку. Результати аналізу структури чинних форм цієї фінансової звітності

визначають зміну такої методики та її складання шляхом об'єднання та перегрупування визначених статей та цілих розділів. Відповідно до визначених змін, більша частина статей у даній фінансовій звітності відображаються в узагальненому вигляді. Внесені вказані зміни до структури такої фінансової звітності покращують якість облікових даних, наближають її до визначених вимог міжнародних стандартів, але напроти істотно обмежують якісне інформаційне забезпечення проведення фінансового аналізу. Задля об'єктивної та якісної оцінки фінансового стану суб'єктів крім стандартних форм чинної фінансової звітності варто застосовувати й інші джерела інформації, при цьому даний процес уповільнює процедуру визначеного фінансового аналізу та призводить до підвищення її трудомісткості.

Література

1. Данилюк І. Фінансова звітність: аналіз вимог міжнародних стандартів та подальші напрями адаптації національної системи обліку до МСФЗ / І. Данилюк, Н. Зорій // Галицький економічний вісник. - 2014. - № 1. - С. 125-130.
2. Дземішкевич І. О. Інтегрована звітність як еволюція поняття «звітність» / І. О. Дземішкевич // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. - 2014. - № 2. - С. 215-219.
3. Макаренко А.П. Інформаційна база заповнення спрощеної звітності – інструмент управління та фінансової безпеки / А.П. Макаренко, Т.О. Меліхова, Н.С. Чакалова // Часопис економічних реформ. – 2014. - № 1 (13). - С.26-32.
4. Міжнародний стандарт фінансової звітності для малих та середніх підприємств (МСФЗ для МСП) [Електронний ресурс] /GAAP in UA. – Режим доступу: <http://www.ifrs.org/IFRS-for-SMEs/Documents/IFRS-for-SMEs-UKR.pdf>.
5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс]: Наказ Міністерства Фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=382.
6. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/2755-17>.
7. Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» [Електронний ресурс]: Наказ Міністерства фінансів України від 25.02.2000 р. № 39. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00>.
8. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс]: Закон України від 14.01.2012 р. № 996-XIV. – Режим доступу: <http://www.zakon1.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

УДК 657

Турк С.О., магістр

Східноєвропейський університет економіки й менеджменту

ПРОБЛЕМИ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО СПРЯМУВАННЯ

Організаційно-економічні перемини, що сталися в галузі услід реформування сільськогосподарства, зумовлюють потребу нових шляхів щодо вирішення питання утворення затрат на виробництво продукції тваринництва.

Організаційно-правовою базою утворення собівартості продукції (послуг, товарів, робіт) є нормативно-правові акти, які було розроблено Верховною Радою України, відомствами аграрної галузі, міністерствами та самими підприємствами. Основними їх відмінностями є те, що Методичні рекомендації з розрахунку, обліку і планування

собівартості продукції сільськогосподарських підприємств включають перелік статей калькуляції витрат і особливості розрахунку собівартості продукції тваринництва, а от Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» лише встановлює, що склад і перелік статей калькулювання виробничої собівартості продукції установлюються підприємством.

У Методичних рекомендаціях з обліку, планування і калькулювання собівартості продукції сільськогосподарських підприємств теж, на відміну від П (с)Б О 16 «Витрати», зазначено, що у сільськогосподарських підприємствах загальновиробничі витрати не поділяються на змінні і постійні.

Особливо актуально постає проблема створення системи обліку витрат для розробки дієвих стратегічних управлінських рішень з ціллю вчасного проорокування утворення несприятливих ситуацій та керування діяльністю тваринницьких підрозділів на досягнення позитивних кінцевих наслідків. При цьому з'явилася проблема погодження обліку поголів'я з обліком витрат і виробництвом продукції тваринництва, створення системи бюджетування витрат та здійснення наступного контролю за ефективним використанням трудових, матеріальних, фінансових ресурсів з врахуванням особливостей діяльності галузі.

Відсутність прикладного і теоретичного обґрунтування впровадження системи бюджетування у сільськогосподарських підприємствах приводить в останній час до неконтрольованості здійснених витрачань на виробництво продукції тваринництва. Рішення цього питання імовірно за умови складання річних бюджетів для кожного центру відповідальності і підприємства в цілому.

Брак єдиного порядку формування внутрішньої управлінської звітності не задовольняє користувачів узагальненою і повною інформацією про рівень понесених затрат на створення продукції по кожному центру відповідальності, реалізації планових задач, відхилення фактичних результатів від планових та передумов цих відхилень.

Для вдосконалення обліку витрат на виробництво та розрахунок собівартості продукції тваринництва можна використати такий метод, як «директ-костинг». Цей метод включає кілька відмінних особливостей: перша - розподіл виробничих витрат на постійні й змінні; друга - розрахунок собівартості продукції за обмеженими затратами; третя - багатоетапність складання звіту про фінансові результати. Тому впровадження цього методу дозволить розрахувати межу рентабельності, зпрогнозувати зміни собівартості в залежності від змін різних факторів виробничого характеру, а також дає повну інформацію, потрібну для найбільш ефективного управління виробництвом.

Література

1. Огійчук М.Ф. Бухгалтерський облік на сільськогосподарських підприємствах / М.Ф. Огійчук // Київ : “Вища освіта”, 2003. – с. 479-502. <http://www.twirpx.com/file/671860/>
2. П(с)БО 16 «Витрати» <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo/16.htm>
3. Наказ Міністерства аграрної політики України від 18 травня 2001 р. № 132 «Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств». <http://www.uazakon.com/big/text1528/pg1.htm>

УДК 657

Чуприна О.О.

Університет державної фіскальної служби України

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах успішна реалізація цілей і завдань розвитку підприємства значною мірою залежить від ефективного використання його інформаційних ресурсів.

Передумови інформаційного забезпечення діяльності підприємства формуються під безпосереднім впливом чинників його зовнішнього та внутрішнього середовища та орієнтують підприємство на збільшення обсягів інформаційних ресурсів, що використовуються для управління й визначають його стратегічний успіх.

Підвищення рівня інформаційного забезпечення діяльності підприємства приводить до збільшення оперативності та адекватності процесу прийняття управлінських рішень, зростання показників ефективності діяльності підприємства, стабілізації його фінансового стану. Основними інструментами формування інформації для процесу прийняття рішень є системи обліку й аналізу господарської діяльності, дані яких мають безпосередній вплив на економічний розвиток підприємства [1].

Важливим завданням формування сприятливих умов для розвитку підприємств є вдосконалення обліково-аналітичного забезпечення, яке повинно сприяти розширенню можливостей формування та використання їх інноваційного, інвестиційного та фінансового потенціалу.

Оснovoю обліково-аналітичної діяльності становить інформація як сукупність відомостей про внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства, яку використовують під час оцінки й аналізу економічних явищ та процесів для розроблення й прийняття управлінських рішень.

Облікова та аналітична інформація – ядро інформаційного забезпечення системи управління, що об'єднує всі господарські процеси й забезпечує взаємодію різних структурних підрозділів будь-якого підприємства [2].

Для організації інформаційних потоків на підприємстві існують принципи, дотримання яких передбачає його раціоналізацію та відповідність встановленим вимогам до обліково-аналітичного забезпечення. До них науковці відносять: формування інформаційних потреб користувачів; встановлення способів і методів задоволення сформованих інформаційних потреб; ефективне максимальне використання первинної інформації для розрахунку системи аналітичних показників при мінімальних затратах часу та праці; розробка ефективних моделей управлінських рішень на основі результатів застосування аналітичних процедур.

Дотримання вищезазначених принципів організації раціонального обігу обліково-аналітичної інформації на підприємстві дасть змогу забезпечити належний рівень відповідності інформаційного забезпечення встановленим до нього вимогам, у тому числі і якості. Тому для забезпечення менеджменту ефективними управлінськими рішеннями до інформації бухгалтерського обліку необхідно сформулювати вимоги, яким вона повинна відповідати [3].

Слід зазначити, що саме облікові дані, не враховуючи різновид обраних підприємством інформаційних технологій, завжди були основою для прийняття рішень. Разом з тим поступове виникнення різних моделей облікового процесу призвело до диференціації підходів щодо формування інформації для прийняття рішень. Якщо раніше головним завданням системи бухгалтерського обліку була ідентифікація фактів господарської діяльності у відповідності з заданою кореспонденцією рахунків, то зараз від бухгалтера потрібне вміння надавати корисну, з точки зору обраних стратегічних альтернатив, інформацію.

Поряд з цим виникає певна кількість проблем, пов'язаних зі зростанням обсягу інформації в поєднанні з наявними технічними обмеженнями, що актуалізує питання підвищення ефективності й швидкості збору, обробки й підготовки відповідних аналітичних відомостей. Також залишаються відкритими питання формалізації інформації, що важливо з погляду ефективного управління інформаційними потоками й розробки показників для контролю траєкторії стратегічного розвитку підприємства.

Водночас, варто звернути увагу на недостатнє теоретичне розкриття взаємозв'язків категорії розвитку з поняттям інформації, організації та управління. Саме тому, поглиблене вивчення процесів організації обліково-аналітичного забезпечення діяльності підприємства слід починати з розгляду центральної категорії діалектики – категорії розвитку підприємства.

Для підвищення рівня інформаційного забезпечення у режимі реального часу на підприємстві повинна функціонувати інформаційна система з відповідним програмним забезпеченням. На українському ринку програмних продуктів достатньо бухгалтерських та аналітичних програм. Найвідоміші бухгалтерські програми „ІС:Бухгалтерія”, „БЕСТ”, „Електронна бухгалтерія” тощо.

До програм фінансового аналізу належать аналітичні програми „ИНЗК-АФСР”, „АНЗК-Аналитик”, „ФинЕксперт”, „БЕСТ-Ф” та інші, які призначені для оцінювання та аналізу поточного і прогнозованого фінансового стану підприємства, вибору найкращої стратегії його розвитку, для розроблення інвестиційних проектів і бізнес-планів, ефективного управління маркетинговою діяльністю тощо.

Ключову позицію в інформаційній системі займає система обробки даних. Спочатку дані вводяться в інформаційну систему. Потім вони проходять трансформацію, або процес, що передбачає різні форми маніпулювання даними і аналізу (такі як класифікація, сортування, підрахунок, підсумки), які трансформують дані в інформацію. Інформаційно-процесійні системи також, як правило, використовують склад даних або їх акумуляування. Вихід даних – це звіти, документи, інші системні кінцеві показники, які постачають необхідну інформацію для рішень і контролю виконання поставлених завдань [4].

Безперечно система інформаційного забезпечення обліково-аналітичної діяльності потребує вдосконалення. Саме тому до основних напрямів вдосконалення інформаційного забезпечення слід віднести наступні:

- вивчення періодичності руху документів, оскільки неритмічне надходження документів створює напруженість в обробці та використанні;
- впровадження автоматизованих інформаційних технологій в процесі проведення управлінського аналізу дають змогу скоротити терміни обробки аналітичних даних (при цьому підвищується оперативність аналізу), підвищити якість і достовірність обробки даних за рахунок повного охоплення впливу факторів, удосконалити організацію праці аналітичних працівників, знизити трудомісткість і вартість аналітичного процесу;
- дослідження ступеня аналітичності інформації;
- вивчення інформаційної взаємозв'язку аналітичних завдань, що дає змогу усунути дублювання інформації і встановити доцільну черговість їх вирішення;
- складання форм внутрішньої бухгалтерської звітності [5].

Отже, сучасному інформаційному забезпеченню обліково-аналітичної притаманна низка проблем, вирішення яких вимагає раціонального підходу з урахуванням міжнародних вимог. Організація інформаційного забезпечення обліку і аналіз є складним багатогранним процесом, що включає в себе фінанси і управлінський облік, облікову політику, звітність, аналітичне забезпечення, аудит, комунікативні відносини між підрозділами, інформаційну систему, сукупність зовнішніх і внутрішніх факторів (включаючи обрану організаційну структуру), набір програмних продуктів, котрі забезпечують автоматизацію процесу, графік документообігу, обрану методологію для аналізу і прийняття управлінських рішень, стратегічні цілі підприємства. Вдосконалення обліково-аналітичного забезпечення підприємств – необхідна умова прийняття обґрунтованих стратегічних управлінських рішень, спрямованих на

реалізацію стратегії розвитку й додання їй сталого характеру.

Література

1. Титаренко І. В. Обліково-аналітична інформація у системі управління підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/bitstream/123456789/1494/1/Стаття%20Титаренко>. - Назва з екрану.
2. Штангрет А. М. Процес здійснення обліково-аналітичного забезпечення управління економічною безпекою підприємства /А. М. Штангрет // Економічні науки. – 2015. - №51. – С. 133-140.
3. Лучик Г. М. Характеристика критеріїв обліково-аналітичної інформації у забезпеченні якісної інформаційної бази для управління / Г. М. Лучик // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. - №7. – С.834-839.
4. Отчич Н. М. Система облікового і аналітичного забезпечення господарської діяльності підприємств України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://rdak.edu.ua/assets/files/konferencia/5.doc>. - Назва з екрану.
5. Пуцентейло П. Р. Інформаційне забезпечення аналітичної діяльності в управлінні підприємством / П. Р. Пуцентейло // Науково-інформаційний вісник. Економіка. – 2015. - №11. – С.224-232.

УДК 657

Федотов О.В., магістр

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ПРОБЛЕМИ СКЛАДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Малі підприємства мають велике значення для держави. Вони надають робочі місця, скорочують монополію, збільшують конкуренцію на ринку. Також визначають темп росту економіки та якість структури ВВП.

Звітність суб'єктів малого підприємництва регулюється П(с)БО 25 і МСФЗ для МСП. Малі підприємства це ті, які не звітують перед громадянами, оприлюднюють свої звіти серед зовнішніх користувачів. Для того щоб спростити облік для малих підприємств було створено спрощений План рахунків.

Нажаль, нормативні зміни не враховують особливості сучасного стану малих підприємств, фінансові можливості щодо розвитку діяльності та відображення інформації за міжнародними стандартами, що підтверджує висновок про необхідність розробки форми звітності та методики її складання без зниження рівня задоволення інформаційних потреб користувачів в умовах підвищення корисності фінансової інформації.[2]

Завданням звітності є задоволення інформаційних потреб користувачів, які користуються нею як основним джерелом фінансової інформації під час прийняття рішень.

Встановлено зміст та форму фінансового звіту малих підприємств в складі Балансу (форма № 1-м) і Звіту про фінансові результати (форма № 2-м) та систему заповнення його статей, а також зміст і форму «Спрощеного фінансового звіту» суб'єкта малого підприємництва в складі Балансу (форма № 1-мс) і «Звіту про фінансові результати» (форма № 2-мс) та систему заповнення його статей. У роботі кожного підприємства є питання з формуванням фінансової звітності. До цих проблем належать: висока трудомісткість, недостатня оперативність і недостовірність звітної інформації.

Діючий баланс, не цілком відповідає нормі, згідно з якою активи підприємства повинні фінансуватися пасивами такої ж нагальності. Це поєднано з не досить чітким розмежуванням в балансах підприємств поточних активів і зобов'язань. Неприсутність

в балансі чіткого розподілу активів і зобов'язань на поточні і довгострокові перешкоджає користувачам при оцінці фінансового стану підприємств. Звіт про фінансові результати СМП створений відповідно до плану рахунків. Дані Звіту дозволяють побачити структуру доходів і витрат, інформацію для визначення рентабельності діяльності підприємства. В розділі I спочатку визначають фінансовий результат від операційної діяльності, де першим кроком є визначення валового прибутку. [1]

Зниження регламентованості форм фінансової звітності для суб'єктів малого підприємництва не порушує принципи фінансової звітності. Навпаки, зниження регламентованості та перспектива прийняття незалежного рішення щодо додавання окремих статей до форм фінансової звітності поліпшує дію принципу повного висвітлення, оскільки мале підприємство має можливість більш широко визначати інформацію про фінансовий стан та наслідки діяльності з урахуванням особливостей фінансово-господарської діяльності, інформаційних потреб користувачів. Крім того, відбувається дотримання принципу суттєвості, оскільки відбувається застосування професійного судження бухгалтера підприємства або керівника щодо додавання окремих статей до форм фінансової звітності в разі, якщо інформація може впливати на прийняття управлінських рішень окремими користувачами.

Виходячи з принципу бухгалтерського обліку нарахування і відповідності, в Звіті про фінансові результати, доходи слід відображати в тому періоді, коли вони виникли, а витрати – на основі відповідності цим доходам. Згідно цьому принципу, визначення фінансового результату в Звіті забезпечується зіставленням доходів і витрат, які були здійснені для отримання цих доходів. Валовий прибуток або збиток визначається як різниця між чистим доходом (виручкою) від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції.

Фінансова звітність розглядається як знаряддя для незацікавленої та правдивої оцінки фінансово-майнового стану.

Розвиток бухгалтерського обліку вимагає цілеспрямованих дій на основі визначеної цілі щодо напрямів процесу реформування облікової системи, це є важливим для того, щоб фінансова звітність ставала простішою для розуміння. Вона повинна мати достатні принципи, якісні характеристики, які можуть слугувати основою для розробки облікової політики суб'єктів малого підприємництва.

В межах розробки нових концептуальних положень бухгалтерського обліку і фінансової звітності суб'єктів малого підприємництва в Україні можна запропонувати нову методику розкриття фінансової інформації та формування структури показників фінансової звітності на новому рівні, що враховує вимоги вартісного обмеження, якісних характеристик фінансової інформації (корисності і доречності), нового складу принципів (з урахуванням принципу суттєвості) і уточненого змісту якісних характеристик фінансової звітності (доречності, корисності і своєчасності). Розробка нових форм фінансової звітності та методика розкриття фінансової інформації повинні в повній мірі бути направлені на досягнення мети бухгалтерського обліку і фінансової звітності – надання корисної та достовірної інформації зовнішнім і внутрішнім користувачам для прийняття економічних рішень. Тому, розробка методики формування структури показників фінансової звітності повинна ґрунтуватися на трьох основних постулатах: корисність і достовірність інформації (якісні характеристики); вартісне обмеження на розкриття фінансової інформації, тобто співвідношення «витрати та вигоди»; врахування інформаційних потреб різних категорій користувачів. Якісні характеристики фінансової інформації та вартісне обмеження на розкриття фінансової інформації повинні бути збалансовані при розробці структури форм

фінансової звітності, оскільки зростання вимог до якості фінансової інформації передбачає збільшення витрат на організацію бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності.

Література

1. Звітність підприємства: навчальний посібник / Е.С. Гейер, О.М. Головащенко, О.А. Наумчук, Л.І. Тимчина. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. – 435 с.
2. Обліково-аналітичне забезпечення управління підприємств малого бізнесу : монографія / Т.А. Гоголь. – Чернігів : Видавець Лозовий В.М., 2014. – 384 с.

УДК 657

Щербицька А.А.

РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ПОДАТКОВОГО ПЛАНУВАННЯ В СУЧАСНІЙ ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні під час управління промисловими підприємствами головна увага приділяється податковому плануванню, інтеграційному процесу раціоналізації господарської діяльності відповідно до стратегії життєздатності підприємств та діючого податкового законодавства.

Податкове планування для вітчизняних підприємств необхідний інструмент адаптації до мінливого зовнішнього середовища. Прогнозування податкових платежів, аналіз факторів, що здійснюють вплив на величину оподаткування, оцінка економічної діяльності інвестування коштів у бізнес при існуючому рівні податкового навантаження є підґрунтям для підприємствам, щоб обрати найбільш оптимальний варіант здійснення фінансово-господарської діяльності в умовах ведення господарської діяльності та діючої податкової системи.

Податкове планування на підприємстві сприяє уникненню численних складних ситуацій, усуненню часткового негативного ефекту невизначеності середовища функціонування, сприяє поліпшенню координації дій, дає змогу приймати керівництву більш обґрунтовані управлінські рішення, дозволяє раціонально використовувати фінансові ресурси.

Податкове планування сприяє створенню необхідних умов для стабільного розвитку підприємства, підвищення його конкурентоспроможності та фінансової стабільності. виходячи з наявності або відсутності того чи іншого податку, розміру податкових ставок, податкових пільг та інших положень податкового законодавства аналізуються варіанти бізнес-рішень.

При податковому плануванні необхідно визначати оптимальний рівень податкового навантаження та обирати варіант податкової діяльності підприємства відповідно до показників фінансового плану та заходів щодо його реалізації.

Використання в діяльності підприємства податкового планування створює наступні важливі переваги для ведення господарської діяльності:

- 1) можливість застосування і аналіз в майбутньому найсприятливіших умов для розвитку бізнесу;
- 2) адаптація до змін зовнішнього середовища;
- 3) підвищення рівня конкурентоспроможності по відношенню до інших учасників бізнесу;
- 4) раціональне використання і розподіл різних видів ресурсів;
- 5) покращення рівня фінансової стабільності.

Податкове планування на підприємстві досить тісно пов'язане з податковим потенціалом, оскільки він відображає податкові можливості суб'єкта господарювання. З

методичної точки зору, ця категорія, відображає склад і структуру фінансових ресурсів, що мобілізуються в рамках податкового законодавства в умовах функціонуючої системи сплати податків промисловими підприємствами за певний період часу.

З процесуальної точки зору податкове планування на підприємстві являє собою формування системи параметрів, які визначають стан оподаткування господарюючого суб'єкта і заходів впливу на нього. Все зазначене має відображення в податковому плані підприємства.

Стратегія життєздатності, що розроблена промисловим підприємством, повинна відображати основні напрямки розвитку в сфері оподаткування. Згідно цієї стратегії, формуються тактичні податкові плани, зокрема, на квартал, на місяць. У тактичних податкових планах містяться такі заходи щодо податкової оптимізації, яких необхідно виконати в конкретних умовах з метою реалізації річного плану підприємства. Завдяки тактичним податковим планам здійснюється координація поточної діяльності, щоб на випадок відхилення від поставлених завдань в одному періоді була можливість досягти поставлених для виконання в річному плані цілей завдяки більш інтенсивній роботі в іншому періоді.

Кінцева мета та завершальний етап системи податкового планування - це своєчасне, оптимізоване, повне, з урахуванням положень чинного податкового законодавства і заданих стратегічних параметрів формулювання графіка грошових потоків податкових відрахувань, які, у свою чергу, покликані бути, статтями витратної частини бюджету підприємства, що розробляється в процесі бюджетування. Тобто, повинна забезпечуватися координація стратегічних і операційних схем податкового планування для подальшого впровадження підсумкових даних процесу планування податкових платежів в показники бюджетного процесу.

Податкове планування діяльності підприємства, на нашу думку, це невід'ємна частина фінансового планування на підприємстві, яка передбачає застосування систем відповідних методів для розробки альтернативних варіантів податкової діяльності згідно з чинним податковим законодавством та з врахуванням стратегії розвитку підприємства з точки зору податкових наслідків для його діяльності.

Роль податкового планування сьогодні зростає, оскільки період кризи абсолютно неприпустимі зайві витрати на сплату податків, а тим більше штрафи через необачний підхід до оптимізації оподаткування. Податковим плануванням доцільно займатися завжди: як на етапі заснування підприємства, так і в процесі його діяльності, адже це сприяє сплаті оптимальної суми податків, у процес управління підприємством, оскільки мінімізація та оптимізація податкового портфеля відповідає стратегічним потребам господарюючого суб'єкта.

На підприємствах України важливою в організації податкового планування є системність, що дозволяє максимізувати обігові кошти, підвищити їх конкурентоспроможність за рахунок самостійного законного регулювання рівня податкового навантаження. Кожне підприємство має сформувати свою політику податкового планування, з власними принципами, методами, розрахованими показниками.

Отже, податкове планування являє собою інтеграційний процес, який спрямований на упорядкування господарської діяльності згідно з діючим податковим законодавством та інноваційною стратегією розвитку суб'єкта господарювання.

СЕКЦІЯ 4
МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ ТА РЕГІОНАЛЬНІ
ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ

УДК 336.055:330.137.7/.562

Губенко В.І., д.е.н., професор

Білоцерківський національний аграрний університет

ФІНАНSOVA CТІЙKІCЬ TA EФEKTИBНІCЬ БІЗНЕСУ – КОМПРОМІC
МІЖ РИЗИКОМ І ДОХІДНІCЬЮ

Відносини України з Європейським союзом у сучасній зовнішньо- і внутрішньополітичній ситуації мають для неї винятково важливе значення. Йдеться не просто про більш-менш активні контакти з одним із найавторитетніших зарубіжних партнерів, але й про можливість здійснення Україною стратегічного вибору на перспективу, від якого залежатимуть місце і роль нашої держави у новій системі міжнародних відносин, в тому числі економічних і фінансових, що викладено у «Маастрихтських критеріях», які передбачають: стабільність цін, рівень інфляції не має бути вищим за 1,5%; «бездефіцитність бюджету»: внутрішній борг не перевищує 60% ВВП, зовнішній - 3%; збалансованість процентних ставок не вище 20%; стабільність валютних курсів має відповідати нормам ЄС [1]. Таким чином, підприємницькі структури України мають разом з державними органами підтримувати стійкість фінансового стану, що гарантуватиме їм прийнятний рівень фінансового ризику і дохідність бізнесу, що є одним із основних аналітичних завдань фінансових менеджерів. Якщо платоспроможність є зовнішнім проявом фінансово-економічного стану підприємницької структури, то фінансова стійкість є внутрішньою стороною фінансового стану, що відображає збалансованість грошових і товарно-матеріальних потоків, доходів і витрат, засобів і джерел їх формування. Фінансова стійкість в умовах інтеграції до ЄС має забезпечити стабільність роботи, динаміку розвитку, збереження рівноваги активів і пасивів, що гарантуватиме постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість в допустимих рівнях ризиків, для чого підприємство повинно мати гнучку структуру капіталу, а його менеджмент повинен організувати рух капіталу таким чином, щоб забезпечити перевищення доходів над витратами з метою збереження платоспроможності і самофінансування [2]. Фінансовий стан підприємства та його інвестиційна привабливість залежить від результатів виконання ним операційних фінансових планів, у зв'язку з чим поточний моніторинг виконання планів з допомогою план-факт-аналізу в рамках реалізації функцій контролю в обох язвочовою умовою досягнення стійкого фінансового стану підприємства, що є засобом оптимізації структури і ціни капіталу та підвищення ринкової капіталізації підприємства. [3, с. 44].

Аналіз фінансового стану підприємства в основному засновано на діагностиці відносних показників у їх динаміці тому, що абсолютні значення балансових показників в умовах української інфляційної економіки не можуть успішно застосовуватись. Відносні показники можна порівняти з: абсолютними нормами для оцінки ризиків і прогнозування можливого банкрутства; абсолютними показниками аналогічних підприємств, що дозволяє виявити сильні і слабкі сторони бізнесу та його можливості; аналогічними параметрами за попередні періоди діяльності підприємства для вивчення тенденцій зміни його фінансового становища.

На практиці доцільно діагностувати фінансову стійкість і пов'язані з нею ризики підприємницького суб'єкта по структурі капіталу та значенню фінансового левериджу на підставі оцінки операційного левериджу і запасу фінансової міцності. Фінансовий етап підприємницької структури та стійкість її фінансового стану залежить від

оптимальності структури і співвідношення пасивів і активів, у зв'язку з чим доцільно розглянути систему показників, що використовуються для діагностики структури джерел фінансування підприємства і поєднаних з ними фінансово-господарських ризиків. Коефіцієнт фінансової автономії ($K_1 = EQ:TA$) визначає питому вагу акціонерного капіталу та резервів у загальних джерелах господарських засобів. В міжнародній практиці по значенню цього коефіцієнта диференціюють підприємницькі компанії на наступні групи, які мають: стійке фінансове становище ($K_1 \geq 0.6$); задовільне фінансове становище ($K_1 \geq 0.4$); незадовільне фінансове ($K_1 \leq 0.4$). Коефіцієнт фінансової залежності [$K_2 = (CL+LTD):TA$] показує питому вагу позичкового капіталу в загальних джерелах формування господарських засобів; коефіцієнт поточної заборгованості ($K_3 = CL:TA$) характеризує питому вагу короткострокових фінансових зобов'язань в загальних джерелах формування господарських засобів. Коефіцієнт довгострокової фінансової незалежності (стійкості) [$K_4 = (LTD + EQ): TA$] - питома вага стійких джерел у структурі загального формування господарських засобів. Коефіцієнт покриття боргів власним капіталом (коефіцієнт платоспроможності) [$K_5 = EQ:(CL+LTD)$]. Коефіцієнт фінансового левериджу [$K_6 = (CL+LTD):EQ$] - плече фінансового важеля, не прямо характеризує фінансовий результат підприємницької компанії [4, с. 21–24]. Чим вищі рівні K_1 , K_4 , K_5 і нижчі значення K_2 , K_3 , K_6 , тим стійкіші при інших рівних умовах фінансовий стан компанії. В період зростання економіки використання залучених засобів свідчить про високу фінансову гнучкість підприємства, довіру до нього з боку кредиторів, можливості залучати, обслуговувати і повертати борги. Але єдиного нормативного параметра фінансового важеля в практиці управління фінансами не існує, мову можна вести лише щодо галузевих параметрів, які змінюються в залежності від кон'юнктури в галузях і стану фінансового ринку. Чим сприятливіша кон'юнктура в галузі і доступніший позичковий капітал, тим вище значення фінансового левериджу. Для визначення нормативних значень коефіцієнтів фінансової автономії, залежності і левериджу необхідно виходити із структури активів, що склалися та загальноприйнятих підходів до їх фінансування. Зміна величини коефіцієнта фінансового левериджу (плече фінансового важеля) на рівні підприємства залежить від ряду факторів, серед яких питома вага: позичкового капіталу в загальній сумі джерел господарських активів; власного обігового капіталу у формуванні поточних активів; власного обігового капіталу в загальній сумі капіталу (коефіцієнта маневреності власного капіталу); співвідношення позичкового і власного капіталу. Вплив цих факторів на значення показника визначається по формулі: $TL/EQ = TL/TA:FA/TA :TCA/FA:NWC/TCA :NWC/EQ$.

Коефіцієнт фінансового левериджу (плече фінансового важеля) не тільки є індикатором фінансової стійкості, але і в значній мірі впливає на зростання чи зменшення розміру прибутку підприємства. Залежність рентабельності власного капіталу від визначальних її факторів можна визначити у вигляді наступної наступної фінансової моделі: $ROE = NP:EQ = (EBIT - Interest) \times (1 - TAXES):EQ$. У зв'язку з тим, що відсотки, які сплачуються по кредитах, знижують податкову базу, яка обкладається, а позичковий капітал відповідно «не претендує» на розподіл чистого результату (NP), приріст рентабельності власного капіталу безпосередньо залежить від питомої ваги позичкового капіталу в структурі джерел фінансування і його ціни. Ця залежність отримала назву ефекту фінансового важеля і може бути представлена у вигляді наступного функціонального зв'язку: $DOLF = (RONA - CCLTD) \times LT:EQ \times (1 - TAXES)$.

Ефект фінансового важеля залежить від :

- Диференціалу фінансового левериджу ($RONA - CCLTD$), тобто різниці між рентабельністю чистих активів (у контексті стійкості пасивів) і середньої ціни

позичкового капіталу;

- Плеча фінансового важеля – структури капіталу (LTD :EQ);
- Податкового коректора, який визначає вплив рівня податкового обкладання на розмір ефекту фінансового важеля.

Рівень фінансового левериджу вимірюється відношенням темпів приросту, чистого прибутку (NP) до темпів приросту операційного прибутку (ЕВІТ), тобто $\Delta NP: \Delta EBIT(\%)$ і демонструє у скільки разів темпи приросту чистого прибутку перевищують темпи операційного (валового) прибутку компанії. Таким чином, при додатковому значенні диференціалу зміна розміру плеча в допустимих межах дозволяє змінити дохідність власного капіталу в необхідних межах. Але варто враховувати, що підвищення плеча фінансового важеля поступово збільшує фінансові ризики компанії, зв'язані з обслуговуванням зовнішніх боргових зобов'язань і навіть незначне зменшення операційного прибутку (ЕВІТ) і рентабельності інвестиційного капіталу (ROIC) може призвести до суттєвого зниження чистого прибутку, що вірогідно при несприятливій кон'юнктурі фінансових ринків. В цих умовах, при від'ємному значенні диференціалу важеля, компанія може почати «проїдати» власний капітал у зв'язку з тим, що дохідність інвестованого капіталу є недостатнім для покриття зростаючих відсоткових зобов'язань у зв'язку з підвищенням ціни залучених засобів. Таким чином, політика компанії по відношенню до обмеженої питомої ваги залучених засобів у структурі інвестованого капіталу визначається наступними умовами:

- залучаються запозичені засоби, власники компанії отримують можливість контролювати більшу частину активів;

- між інституційними і кредитними інвесторами відбувається диверсифікація ризику інвестування капіталу;

- при професійному управлінні активами компанії дохідність інвестованого капіталу, без сумніву, вища, ніж ціна залучення позичкового капіталу, що забезпечує мультиплікативний ефект зростання власного капіталу.

Індикатором, що побічно характеризує фінансові ризики, є показник питомої ваги залучених засобів у структурі фінансування компанії, який отримав назву коефіцієнт фінансової залежності (KFD). $KFD = TD:(EQ+TD)$. Діагностика значення цього показника повинна проводитись обов'язково у зв'язку із станом зовнішнього середовища, особливо це стосується ринку капіталу. При зниженні відсоткової ставки по кредитах зростання залучених засобів у джерелах фінансування не призводить до зростання відсоткових платежів і не буде негативно впливати на поточну платоспроможність компанії, що характеризується, динамікою значення *коефіцієнта відсоткового покриття* (TIE): $TIE = EBITDA:interest$.

Таким чином, при інших рівних умовах зростання боргу позитивно впливає на чистий прибуток, якщо припадає на акцію (EPS), що забезпечує зростання вартості акції такої компанії на фінансовому ринку. Але при зміні вартості залученого капіталу або зниженні дохідності від операційної діяльності ця фінансова модель розвитку бізнесу може обернутись для компанії різким зниженням прибутку на акцію і ринкове котирування акцій. Важливими показниками структури капіталу організації, що діагностує її фінансову стійкість, є динаміка суми чистих активів і їх питома вага в загальній валюті балансу, а також рівень покриття боргових зобов'язань чистими активами. Величина чистих активів, являючись розрахунковою балансовою характеристикою, дає оцінку вартості майна, що належить акціонерам компанії.

Література

1. Proposed EU/Ukraine Action Plan [Електронний ресурс] - режим доступу: <http://Europa.eu>.

2. Гордина В.В. Некоторые аспекты формирования системы риск контролинга на предприятии / В.В. Гордина // Финансы и кредит-2012-№28. - [Електронний ресурс] - режим доступа : <http://www.ebiblioteka.ru/browe/boc/27539079>.

3. Андрійчук В.Г. Аналіз методології визначення вартості підприємства в межах дохідного підходу /В.Г. Андрійчук, Р.В. Андрійчук // Економіка АПК.-2012.-№9.-с.40-47.

4. Федотова М.А. Как оценить финансовую устойчивость предприятия / М.А. Федотова // Финансы.-2002-№6-с.21-29.с.

5. Саймон Г. Доля рынка и смерть бизнеса. Как управлять прибылью современной компании/ Г.Саймон, Ф.Ф. Бистайн, Ф. Луби; пер. с англ.- М.: Вершина, 2008.

УДК 658.012.32

Задорожний І.С., д.т.н, професор

Лимар О.В., студент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

Задорожний С.В., провідний економіст «Укргазбанк»

АНАЛІЗ ТА РОЗРОБКА МІСІЇ ПРОЕКТУ

В загальному вигляді поняття аналізу включає розщеплення цілого (погарами, проекту) на складові частини для їх більшого розуміння і визначення обмежень для складання цілого (програми, проекту).

Метою аналізу є отримання якомога більше знань про суть товару і закономірностей його функціонування, розвитку, поведінки, взаємодії і зв'язків між його елементами. Звичайно це потрібно для прогнозування поведінки, розвитку, або для модернізації товару.

Задачі організаційного аналізу залежать від самого суб'єкту, що проводить аналіз, він сам визначає аспекти, предмет аналізу, вибирає показники для аналізу, вибирає методи, підбирає для порівняння еталони і аналоги.

В залежності від суб'єкту, який проводить аналіз, можуть бути наступні напрямки дослідження:

- для споживачів - цікавлять ціна, функції і якість продукції і імідж компанії, яка реалізує проект;

- для постачальників - цікавлять аспекти, що дозволяють сприймати організацію, що реалізовує проект, як надійного партнера, заслуговуючого довіря;

- для учасників, які хочуть брати участь в реалізації проекту, - цікавлять рівень якості трудового життя, включаючи стиль управління керівництва, рівень корпоративної культури, особливості систему мотивації;

- для інвесторів, замовників або акціонерів - фінансові прогнози і перспективи реалізації проекту, для того, щоб спрогнозувати можливий прибуток або вигоду покупки акцій, можливість отримання доходів і їх розмір, або необхідності вчасно продати акції;

- конкурентів, які при аналізі реалізації проекту шукають слабкі місця і можливості отримання комерційних або інноваційних таємниць проекту і сподіваються на те, що їм вдасться стати монополістами у даному напрямку.

Початком створення системи управління проектом може стати аналіз місії, цілей, рейтингу компанії, яка реалізує проект, імідж (наявність або відсутність позитивного імені), наявність сертифікату якості за міжнародними стандартами ISO, прояви соціальної відповідальності і т.д.

Аналіз місії є однією з головних. Заявляючи місію проекту, організація заявляє про свої довгострокові інтереси, реалізація яких повністю залежить від відношення самої

компанії і суспільства до майбутнього проекту. Багато соціологів стверджують, що цей етичний вибір місії «багато в чому визначається системою цінностей, в рамках яких діє компанія. А ці цінності, у свою чергу, засновані не стільки на економічних функціях компанії, скільки на культурі, традиціях, власному досвіді і на особистих інтересах їх керівників, що виявляються в поточній економічній, політичній і соціальній ситуації» [1-3].

Відомо, що увага компанії до споживачів (клієнтів компанії), визначає його фінансову стійкість і забезпечує його довгострокові інтереси. З іншою стотони, прихильне відношення суспільства до організації (суспільство – це вся сукупність реальних і потенційних клієнтів, ділових партнерів, інвесторів і акціонерів компанії) освітлюється в засобах масової інформації, позитивна думка розповсюджується з вуст у вуста, а це сприяє зростанню продажів, конкурентоспроможності компанії і дозволяє розраховувати на бажані кредити інвесторів.

Місію, бачення майбутнього, рекомендується розробляти за декілька кроків.

Крок 1. Аналіз зацікавлених сторін: хто зацікавлений у даному проекті; хто із зацікавлених сторін головний; в чому основний інтерес головної сторони; в чому співпадають наші і його інтереси; який з інтересів самий важливий; які інтереси будуть у майбутньому у головної зацікавленої сторони.

Крок 2. Розробка підприємницьких намірів (бізнес-програм): які проекти ми вважаємо основними; з якими групами замовників можна досягти найвищого прибутку і які з ними у нас відношення; які наші найкращі успіхи (раніше виконані проекти) і якого рівня прибутку ми досягли раніше; який рівень конкурентоздатності нашої продукції на ринку, в чому наші сильні сторони; хто наші партнери з забезпечення, збуту, інвестування, страхування і ін.

Крок 3. Розробка філософії компанії, «жерело», в якому компанія декларує для чого вона створена і які основні принципи її діяльності; опис вищих орієнтирів компанії; при яких умовах компаній їх створила; які суттєві обмеження має компанія; який сенс підприємницької діяльності компанії; які принципи відносин на різних рівнях структури управління.

Все це допомагає надихнути співробітників організації на підвищення якості продукції, на модернізацію і інноваційні розробки. При підведенні підсумків роботи у колективі за квартал, можна обговорювати, наскільки корисний внесок підрозділу з погляду перспектив компанії. Така інформація може розміщуватися в статтях і в інформаційних бюлетенях компанії, і в будь-якій внутрішній програмі обміну досвідом або навчання. Деякі великі компанії навіть поміщають лаконічний виклад свого бачення перспектив на своїх фірмових бланках або інформаційних бюлетенях.

Постає питання: по яких аспектах життя компанії слід встановлювати бачення майбутнього? Це одне з найскладніших питань. Відомо, що у будь-якої компанії є декілька груп інтересів. У цих груп різні очікування, мотиви, можливості, відповідальність. Це може бути задоволення потреб клієнтів (споживачів), господарів (інвесторів, акціонерів), персоналу. Інтереси цих груп достатньо суперечливі, а група «персонал» ще і неоднорідна (адміністрація представляє звичайно інтереси власників, а не працівників). Навіть інтереси менеджменту і власників можуть не співпадати: акціонери часто віддають перевагу розумному ризику, а менеджери – стабільності і передбаченості.

У баченні майбутнього повинні бути відображені перспективи розвитку компанії, особливо це стосується управінських проектів, які націлені на різного роду перетворення: злиття, поглинань, реструктуризацій, реорганізацій і т.д. Всі майбутні перетворення повинні бути обгрунтовані глибокими аналітичними дослідженнями, які

переконливо доводять їх необхідність кожному представнику груп інтересів. Кожна група інтересів повинна в майбутньому баченні знайти свій інтерес і представити всі можливості і джерела його забезпечення, так, що, на наш погляд, бачення майбутнього повинне супроводжуватися глибоким опрацюванням місії на базі нових проєктів, на рівні бізнес-планів і доведенням їх до всіх груп інтересів. Бажано, щоб ці бізнес-плани і проєкти не сильно ідеалізувалися, що б не дискредитувати саму компанію.

Прикладом місії може бути така:

„Задовольняти наших клієнтів, виготовляючи якісні легкові автомобілі і грузовики, розробляти нові продукти, скорочуючи час виводу нових моделей на ринок, підвищувати подуктивність праці на всіх наших заводах і удосконалювати виробничі процеси, налагоджувати контакти з працівниками нашої фірми, а також з профсоюзами, ділерами і поставщиками”. Ford Motor Company.

«Східноєвропейський університет економіки і менеджменту – престижна освіта в Україні!» Президент СУЕМ Р.А. Аблязов.

„Забезпечити наших акціонерів збереження їх інвестицій і підвищення доходів”. Exxon.

Або: „Тільки у нас: сама модна зачіска, сама висока зарплата, ні граму зайвої ваги, екстремальні умови проживання і побуту, постійна любовь самих чарівних дівчат”. Начальник віськкомату полковник Задириголова.

Проте, часто проголошені у місії цінності не відповідають реаліям життя і у працівників виникає недовіра до керівництва. Щоб досягти загального розуміння майбутнього і його сприйняття членами компанії, необхідно вийти з полону ілюзій і неправильних уявлень і звірити точки зору і розуміння цілей, бачення майбутнього, значущі окремих чинників трудового життя компанії. Персонал повинен мати нагоду бачити і розуміти необхідність розвитку і напрямку цього розвитку, наперед готуватися до змін, тим самим роблячи компанію гнучкою до зовнішніх викликів.

Успіх проєкту (програми, компанії) в значній мірі залежить як від рівня самого проєкту (новизни, функцій, якості), сприйняття його покупцями (клієнтами, інвесторами, поставщиками), так і заявленого бачення організації себе в майбутньому - місії.

Місія проєкту повинна враховувати інтереси всіх учасників проєкту: покупців (клієнтів: ціну, новизну), поставщиків (надійність і довгостроковість закупок матеріалів, складових проєкту), персонал проєкту (якість трудового життя, рівень мотивації, стиль управління), інвесторів і акціонерів (вчасність повернення тіла кредиту і відсотків, рівень доходів на акцію), конкурентів (можливість виявлення слабких сторін продукції) і ін.

Для успішної реалізації місії проєкту необхідно постійно використовувати всі можливості: зовнішні - пресу, бланки підприємства, радіо і телебачення; та внутрішні: постійні пошуки вигод від даного проєкту для всіх учасників проєкту.

Література

1. Майкла Хаммера и Джеймса Чампи "Рейнжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе". М.: -, 1997.

2. Панарин А. А. Организационно-методическое обеспечение непрерывного реинжиниринга бизнес-процессов промышленной предпринимательской организации на основе интеграции методов моделирования и оптимизационных подходов : дис. к. э. н. : М.: -, 2006 167 с. РГБ ОД, 61:07-8/1636.

3. Адієс. Как управлять сбалансированным ростом организации и омолаживать ее», Adizes Institute., 3-е изд., 2004. - 153 с.

УДК 658.012.32

Задорожний І.С., д.т.н., професор
Головченко В., студент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

Задорожний С.В., провідний економіст «Укргазбанк»

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ПІДСИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ ПРОЕКТУ

Як відмічають ряд авторів, проект можна розглядати як структуру і як процес [1]. Причому в результаті оригінальності кожного проекту як структура, так і процес являються для кожного з проектів особливими і можуть не повторятися і не мати аналогів. Для успішного управління проектами структура проекту конструюється у вигляді функцій них елементів між якими необхідно організувати інформаційні зв'язки. Це означає, що фахівці кожного з елементів проекту повинні одержувати необхідну інформацію, причому якісну і вчасно. Інформація по кожному з каналів зв'язку можуть бути вербальною і невербальною. Отримана інформація може використовуватися довгостроково і оперативно.

даного дослідження є питання пов'язані з особливостями проектування підсистеми управління комунікаціями проекту, такими як формування інформації, передача, збереження, якості і повноти інформації, і її ефективного використання.

Проект, як складна система може включати ряд функційних підсистем, а саме: підсистему управління фінансами, управління використанням ресурсів, підсистему управління персоналом, підсистему управління основним виробництвом. Нерозуміння важливості процесу передачі інформації в кожній із підсистем і внутрішнє її використання є одним з найпоширеніших джерел помилок в управлінні проектами і в досягненні бажаного результату проекту. Учасники проекту з різних причин часто неправильно інтерпретують поступаючу інформацію.

Звичайно під комунікаціями (communications) розуміють [2]:

- створення системи управління комунікаціями, включаючи методи, прийоми, форми документів, які повністю забезпечують учасникам реалізацію проекту і її збереження на весь термін проведення проекту;
- дії або факт передачі якої-небудь ділової інформації;
- прийом, реєстрація і накопичення інформації, яка необхідна на термін проведення проектів і збереження, відповідно до діючих стандартів;
- порядок і форми усних або письмових повідомлень;
- порядок озnamовлення учасників проекту з документами різного рівня конфіденціальності;
- процес обміну смисловими конструкціями між учасниками проекту за допомогою загальної системи умовних позначень (структурованих документів, умовних позначень – креслення, схеми, технологічні карти і ін.).

На час проведення проекту необхідне повне взаєморозуміння між учасниками проекту, оскільки у кожного з них є своє бачення на те, як проект повинен бути реалізований. В складних проектах можливе непорозуміння, пов'язане з різною базовою підготовкою спеціалістів. Порушення в системі комунікацій можуть привести до найнесподіваніших результатів. Керівник проекту несе відповідальність за обмін інформацією з учасниками проекту, які знаходяться у зовнішньому середовищі проекту: Головною організацією (Заказчиком проекту), інвесторами, суміжниками, покупцями, постачальниками). Керівники підрозділів, які являються учасниками проекту несуть відповідальність за безперервний, достовірний і усесторонній потік інформації між членами команди і іншими учасниками проекту. Особливу увагу

повинно надаватися інформації, яка може вплинути на успішну реалізацію проекту. Ці комунікації включають неформальні переговори, зустрічі, наради, ділове листування, звіти і презентації.

Значна частина щоденної роботи виконується за допомогою неформального обміну інформацією серед членів команди проекту (засідання, телефонні переговори, електронні листи і т. д). Достовірність інформаційних потоків між учасниками проекту в процесі комунікації є необхідною умовою взаєморозуміння, рис. 1.

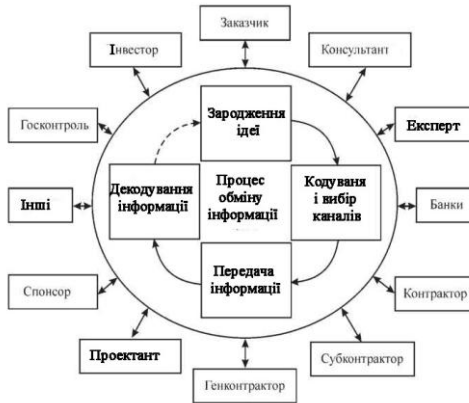


Рис. 1. Схема інформаційних потоків між учасниками проекту

Ефективній комунікації може перешкоджати цілий ряд причин, пов'язаних із сприйняттям, особистими якостями людей, різними точками зору, настроєм і упередженим відношенням до чого-небудь. В процесі виконання проектів можуть виявитися комунікаційні бар'єри, а саме:

1. *Бар'єри сприйняття* виникають, коли учасники оцінюють одне і те ж повідомлення з різних сторін. Причиною цього можуть бути - відмінність в рівні освіти і сфери попередньої роботи. Можна звести до мінімуму проблеми сприйняття, якщо організація, яка проводить проект створить власний сленг (слова, поняття), які мають гранично ясне значення.

2. *Особисті якості і інтереси*, наприклад уподоби або неприязнь, сильно впливають на комунікації. Звичайно учасники уважно слухають тільки в тому випадку, якщо розмова йде конкретна і на теми, які їм потрібно вирішувати, і не втрачають інтерес, коли тема розмови не відноситься до конкретної теми.

3. *Думки, емоції і упередження* є причиною спотвореної інтерпретації. Учасники, які не підготовлені до виконання даної задачі, прагнутимуть захистити себе, спотворюючи процес комунікації.

Організація, відповідальна за проект, випускає наказ про суть проекту (технічне завдання), терміни його виконання, головних учасників і сумісників проекту. В разі високої складності проекту може створюватися Рада Головних виконавців. Кожний з учасників випускає внутрішні накази з призначенням Керівника проекту і відповідальних виконавців, указуючи конкретні задачі кожному з відповідальних, етапи, терміни виконання, призначає відповідальних за проведення контроль виконання наказу. Одночасно Керівник проекту сумісно з відподальними учасниками, економістами і фінансистами розробляє договір і кошторис проекту з відповідними

розшифровками затат. Для успішного проєкування Керівник проєкту регулярно проводить засідання відповідальних учасників проєкту, на якому кожний з відповідальних учасників проводить презентацію результатів виконаної роботи. Оцінка отриманого результату обговорюється всіма зацікавленими учасниками. При цьому учасники дають поради і висловлюють свої думки з приводу рівня отриманих результатів. Рішення засідання формується у вигляді оцінки отриманих результатів і нових завдань, пов'язаних з продовження виконання проєкту. Кожний з етапів проєкту розглядається у Керівника проєкту і затверджується на Вченій раді організації, або розглядається спеціальною комісією, яку призначає Керівник організації.

Презентації часто використовуються Керівником проєкту, щоб в наочній формі показати замовнику, керівництву і іншим зацікавленим особам важливі сторони реалізації проєкту. Щоб презентація пройшла ефективно, необхідно досконально вивчити передбачувану аудиторію і підготувати весь матеріал з погляду майбутніх учасників. Організація презентації повинна відповідати єдиній логічній структурі, наприклад: від проблеми до рішення, від невідомого до відомого, від причини до слідства або ж в хронологічному порядку.

Звичайно, час презентації обмежений, тому слід представляти тільки найнеобхідніші відомості, найважливіші таблиці і діаграми. Докладну інформацію зацікавлені особи зможуть прочитати у відповідних звітах. Презентацію необхідно проводити доброзичливо, уникаючи виправдань і негативних висловів на адресу конкурентів. в самому кінці слід підвести підсумки, передбачити час для питань і відповідей.

Зустрічі команди проводяться протягом всього терміну реалізації проєкту з прийнятною періодичністю. Порядок денний необхідно розробити наперед, це сприяє ефективному протіканню дискусії. При виникненні непередбачених проблем можливе проведення позачергових зустрічей. Всі зустрічі команди повинні бути запротоковані, незалежно від того, чи є вони плановими.

Ділове листування і звіти мають величезне значення при ухваленні рішень про витрати, графіках робіт і з правових питань. Всі офіційні документи повинні бути датовані, мати чітку структуру і лаконічний зміст. Для ефективного контролю проєкту керівник повинен періодично складати звіт про наступні наміри при виконанні проєкту і одержані результати отримані в попередній період. Сьогодні існують спеціальні комп'ютерні програми, і багато звітів можуть бути написано в стандартизованій формі. Задача керівника - написати звіт, що відображає особливості виконання етапу конкретного проєкту і дати об'єктивну оцінку роботи команди.

Останніми роками успіхи в області інформаційної технології дозволяють удосконалити якість і терміни обміну інформацією. Електронна пошта, відеоконференції, телефонні конференції з синхронним перекладом - все це і багато що інше вже сьогодні пропонується на ринку телекомунікаційних послуг.

Результативністю підсистеми управління комунікаціями є своєчасне забезпечення об'єктивною інформацією всіх учасників проєкту.

Підсистема управління комунікаціями являється судинами і кров'ю любого проєкту, без ефективної і результативної роботи якої не може бути реалізований ні один проєкт. Чим складніше проєкт, чим більше учасників проєкту, тим більш високим вимогам повинна відповідати підсистема управління комунікаціями.

Підсистема управління комунікаціями включає особливі функції, пов'язані з формуванням, передачею, збереженням і забезпеченням достовірною інформацією всіх учасників проєкту і повинна мати високий захист від несанкціонованого доступу конкурентів.

Література

1. Зваторожний І.С., Казарінова, Н.Л., Задорожний В.І. Управління проектами. //Під редакцією проф. Задорожного І.С.. СУЕМ, 2010, 425 с.
2. Богданов В. В. Управление проектами в Microsoft Project 2003: Учебный курс. СПб.: Питер, 2004. 604 с.

УДК 504:366.6:33

Хримова-Баранова О.Л., д.і.н., професор**Горбатова Н.О., к.і.н., доцент***Східноєвропейський університет економіки і менеджменту***ВІД ТОРГОВОЇ МАРКИ ДО СЕРТИФІКАЦІЇ**

Історичні джерела наводять багато прикладів стародавнього маркування виробів. Наприклад, щоб відрізнити свої речі від чужих, люди винайшли спеціальні знаки – тамги, які видавлювали на виробах з сиріої або термічно обробленої глини, випалювали на тілі худоби, висікали на камінні, яке ставили біля меж своїх земельних володінь. Одним з найбільш серйозних досліджень походження руських мір, стандартів і сертифікації є робота М.Т.Беляєва. У своїй концепції він виходив з того впливу, який зробила метрологія Древнього Сходу на технічну культуру країн з давнини до сучасності.

З останньої чверті IV ст. до н.е. в Херсонесі функціонував інститут астиномів, які таврували стандартну торгівельну тару, мірні посудини, черепицю й контрольні гири. Написи на клеймаві астиномів містили в собі саме слово “астином”, ім’я, монограму. Штampi для таврування вирізалися з дерева. У фондах Херсонеського музею зберігається більше 2-х тис. амфорних ручок з клеймами місцевих астиномів, але не знайдено жодного штампа, це говорить про те, що вони виготовлялися з крихкого матеріалу. Астиноми запрошувалися в майстерні, де проводилася перевірка мірного посуду й черепиці на відповідність існуючим еталонам.

Зародження законодавства в сфері сертифікації, промислово-торгового знаку можна віднести до XVII ст., коли 22 квітня 1667 р. вийшов російський законодавчий документ „Новоторговий Устав”, дія якого розповсюджувалась і на Україну. Статут містив правові норми, які регулювали внутрішню і зовнішню торгівлю і саме тут вперше згадується клеймо. У XVII ст. клеймо мало функцію митного знаку для розрізнення руських та інших товарів, а також для підтвердження факту оплати митного збору. Лише після початку реформ царя Петра I, які сприяли швидкому зростанню промисловості, клеймо на товарах почало відігравати роль, яку в нашому сучасному сприйнятті грає товарний знак. У 1774 р., за пропозицією мануфактур, було видано перший Наказ влади про обов’язкове клеймування всіх російських товарів особливими фабричними або заводськими знаками, щоб можна було їх відрізнити, так товарне клеймо стало виконувати теперішню функцію. В 1830 р. у Росії був прийнятий закон, де зазначалися правила і способи клеймування, а також передбачалася відповідальність за підробку товару або клейма.

В метрології сертифікація давно відома як діяльність з офіційної перевірки і клеймування обладнання (ваги, гири). Більше 100 років термін сертифікат використовувався в міжнародній метрологічній практиці, так, документ, що супроводжував прототип кілограма, отриманий Росією в 1879 р., мав назву: «Міжнародний комітет мір і ваги. Сертифікат Міжнародного бюро мір і ваги для прототипу кілограма № 12».

Після громадянської війни, на початку 1920-х рр. Україна була руїною, але

незважаючи на катастрофічний стан в державі, в 1924 р. під керівництвом професора А.Д.Гатчука було розроблено новий проект стандарту. З 15 вересня 1925 р. (утворення Комітету зі стандартизації при Раді праці і оборони), розпочинається офіційний початок стандартизації. Основними задачами Комітету були організація керівництва роботою відомств з розробки стандартів, а також затвердження і публікація стандартів. Була введена категорія стандартів – загальносоюзний стандарт (ЗСТ). У 1926 р. Комітет розробив перші загальносоюзні стандарти на товари народного споживання. В 1930-і рр. в СРСР проводилася активна робота зі стандартизації, дуже швидко і рішуче було здійснено перехід на метричну систему одиниць, проводилася роз'яснювальна робота серед працівників, публікації показували реальну користь стандартів. До обговорення стандартів та їх проектів залучалися робітники, це були прототипи сучасних відділів якості а 09.06.1940 р. ЦК ВКП(б) і Раднарком СРСР Постановою відмінили порядок затвердження стандартів наркоматами і при Раднаркомі СРСР було створено Всесоюзний комітет зі стандартизації.

В 1965 р. в СРСР був заснований Всеросійський науково-дослідний інститут сертифікації (ВНДІС), який займався питаннями сертифікації, стандартизації і метрології. Але бурхливий розвиток сертифікації в СРСР почався в 1979 р., початок цього процесу поклала Постанова ЦК КПРС і Ради Міністрів СРСР "Про поліпшення планування й посилення впливу господарського механізму на підвищення ефективності виробництва і якості роботи". Заснуванням головних організацій по випробуванням найважливіших видів продукції було доручено займатися Держстандарту разом з міністерствами й відомствами. Метою такої системи було забезпечення достовірної оцінки якості продукції й запобігання передачі у виробництво недосконалих, технологічно недопрацьованих виробів, а також систематичний контроль над стабільністю якості продукції, що випускалася. В 1984 р. Урядом СРСР була прийнята Постанова «Про сертифікацію експортованої продукції», а в 1986 р. було прийнято «Тимчасове положення про сертифікацію продукції машинобудування в СРСР. РД 50-598-86.

Сучасну форму та зміст товарні знаки придбали на етапі розвитку масового споживання. З цього часу весь асортимент товарів надходить на ринок споживання з товарним знаком, який виконує свої головні функції, а саме: вирізняє товар з аналогічних, асоціюється в свідомості споживача з якістю товару та привертає увагу споживача до марки з найкращою якістю. Товарний знак виконує свої функції та стає головним елементом візуальних комунікацій у сучасному світі. Для контролю якості товарів використовується сертифікація.

В 1993 р. Україна стала членом ISO та IEC, що дало право разом з 90 іншими країнами брати участь у діяльності більш ніж 1000 міжнародних робочих технічних комітетів по стандартизації і сертифікації та використовувати понад 12000 міжнародних стандартів. Згідно з ДСТУ 2296-93 знак відповідності призначений для позначення сертифікованої продукції з метою інформування споживачів, що продукція сертифікована згідно з правилами системи УкрСЕПРО. Встановлено такі зображення знаків відповідності:

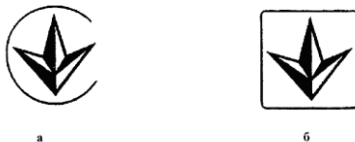


Рис. 1 Знаки відповідності

а) для продукції, яка відповідає обов'язковим вимогам нормативних документів та вимогам України, за якими встановлено обов'язкову сертифікацію;

б) для продукції, яка відповідає вимогам нормативних документів, що поширюються на дану продукцію, та для продукції, яка не підлягає обов'язковій сертифікації.

У світовій і вітчизняній практиці застосовуються різні процедури і методи підтвердження відповідності продукції заданим вимогам. Незалежна сертифікація серед цих способів підтвердження відповідності займає особливе місце, вона стала складовою частиною будь-якої інфраструктури, що ефективно функціонує. Сертифікація продукції на основі визначених на міжнародному рівні принципів і процедур є найважливішим кроком встановлення взаємної довіри до результатів перевірки.

Література

1. Лаппо І. М. Стандартизація, сертифікація, метрологія, акредитація, управління якістю : метод. вказівки для самост. роботи для студентів навчального напрямку «Грицтво» / І. М. Лаппо, Л. М. Масюк. – Донецьк : ДонНТУ. – 2008. – 80 с.

2. Філіпчук Г. Історичні коріння стандартизації / Г. Філіпчук, О. Цициліано, В. Дерев'яно // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2006. – № 2. – С. 29-32.

УДК 330.46

Чудасва І.Б., д.е.н., доцент

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

МЕТОД РОЗРАХУНКУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ УТВОРЕНЬ

В останні роки такі категорії, як «інновація» та «модернізація» стали визначними у виділенні стратегічних напрямів розвитку економіки України у динамічному глобальному середовищі. Така стратегічна спрямованість повинна змінити не тільки структуру економіки, подолати її низькоукладність, сировинну пастку, але на перспективу перетворити її в наукоємну економічну базу, яка задовольнятиме умовам світового інноваційного простору.

Реалізація такої стратегії вимагає від уряду держави формування та розвитку могутнього інноваційного науково-технічного потенціалу. Для оцінки такого потенціалу необхідні певні методи, що спираються на ряд об'єктивних економічних показників.

У науці на сьогодні не існує єдиної думки щодо сутності економічної категорії «науково-технічний потенціал». Це відбувається тому, що кожний з дослідників виокремлює в ньому одну або декілька характерних рис: змістовність, особливості функціонування, характер використання, взаємозв'язок з іншими економічними та соціальними явищами.

Під науково-технічним потенціалом пропонується розуміти сукупність ресурсів і результатів науково-технічної діяльності, що взаємодіють між собою та із зовнішнім середовищем, для вирішення тактичних і стратегічних задач розвитку регіону, підвищення рівня його конкурентоспроможності та забезпечення сталого соціально-економічного зростання.

Для визначення структури науково-технічного потенціалу необхідно підкреслити, що крім науково-технічної діяльності, тобто наукового потенціалу (кількість науково-дослідних установ, інноваційних підприємств, розвиненість інноваційної інфраструктури та ін.), необхідно враховувати значимість освітньої і економічної складових. Як складна система, науково-технічний потенціал має певну структуру, до

якої належать потенціали науковий, освітній, економічний та техніко-технологічний (рис. 1).

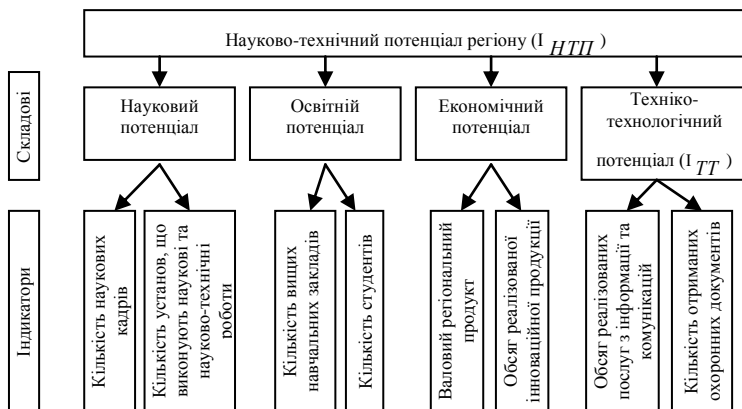


Рис. 1. Структура науково-технічного потенціалу регіону

Джерело: побудовано автором самостійно.

До індикаторів наукового потенціалу пропонується зараховувати кількість наукових кадрів у регіоні (кандидатів та докторів наук) і кількість науково-дослідних установ НАНУ; до показників освітнього потенціалу – кількість ВНЗ та кількість студентів у регіоні; економічного – обсяг валового регіонального продукту та обсяг реалізованої інноваційної продукції, а до техніко-технологічного – обсяг реалізованих послуг з інформації і комунікацій та кількість отриманих охоронних документів у Державній службі інтелектуальної власності.

Структурний блок «Науковий потенціал» характеризує кадрову і результативну базу науково-технічного потенціалу регіону, здатність до продукування нових продуктів та послуг. Блок «Освітній потенціал» є базою для підготовки і перепідготовки наукових та виробничих кадрів.

На сучасному етапі освіта є генератором нових знань і активним учасником процесу трансформації знань у інноваційні продукти, послуги та технології. Економічний потенціал є матеріальною, ресурсною і виробничою базою для здійснення інновацій та впровадження їх у масове виробництво.

Техніко-технологічний потенціал відображає ступінь інформатизації суспільства та розвиненість комунікацій, а також обсяги нових розробок, які потребують патентування та видачі правових документів щодо забезпечення інтелектуальної власності.

На сьогодні важливим завданням є удосконалення методів розрахунку науково-технічного потенціалу регіону для визначення найбільш привабливого з точки зору формування і розвитку науково-технічних утворень. В економічній науці існує безліч методів розрахунку такого показника, які розроблені вітчизняними та зарубіжними науковцями, а також провідними світовими організаціями. У цих методах використовуються різні вхідні дані та кількість показників, наприклад, глобальний індекс інновацій є інструментом оцінювання стану та динаміки впровадження інновацій, яким слід користуватись державним органам, урядам, окремим політикам при розробці інвестиційних стратегій тощо.

Тому при удосконаленні методів розрахунку науково-технічного потенціалу

регіону необхідно враховувати такі критерії, як: доступність та об'єктивність первинних даних для розрахунків; простота розрахунку; наочність презентації отриманих результатів; можливість оцінити отримані дані з точки зору масштабу, змісту і здатність застосування для прогнозування та розробки стратегії.

Для того, щоб привести до однакової розмірності складові науково-технічного потенціалу регіону, необхідно їх представити у певному нормованому вигляді (здійснити рейтингування), а саме співвіднести фактичне значення із найкращим у вибірці за формулою:

$$P = \frac{P_{\text{факт}}}{P_{\text{max}}}, \quad (1)$$

де P – рейтинг регіону; $P_{\text{факт}}$ – фактичний показник; P^{max} – максимальний показник у вибірці.

Таким чином, показники науково-технічного потенціалу у кожному структурному блоці можна розрахувати за формулою:

$$I^m = \frac{P_{\text{факт}} \div P_{\text{max}}}{Z}, \quad (2)$$

де I^m – показник одного із структурних блоків науково-технічного потенціалу; m – назва показника; Z – кількість складових показника у структурному блоці.

Отже, індекс науково-технічного потенціалу регіону повинен розраховуватись як інтегральний показник за формулою:

$$I^{\text{ІТТ}} = \frac{1}{4} \times \sum_{k=1}^4 (I_{\text{ІТТ}} + I_{\text{ОП}} + I_{\text{ЕП}} + I_{\text{ТТ}}) \quad (3)$$

Запропонований метод розрахунку вищезазначеного індексу дозволяє отримати значення науково-технічного потенціалу через систему показників, розрахувати які можна за допомогою статистичних даних Державної служби статистики України.

УДК 330.46(78.1)

**Череп А.В., д.е.н., професор,
Лобанова Ю.Ю.**

Запорізький національний університет

СТРАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ В МАШИНОБУДУВАННІ

Сьогодні Україна спричинило регресію більшості промислових галузей. Нестабільність економічного середовища зумовлює обґрунтування та реалізацію стратегічного підходу до діяльності підприємств галузі машинобудування. Під час вирішення виробничих і економічних завдань в межах промислового маркетингу стратегічно важливим для України виступає впровадження концепції маркетингових комунікацій. Інформатизація виступає вагомим чинником економічного зростання економіки, від якого залежить технологічний і соціальний прогрес, місце України у світовій економіці, її роль в міжнародному поділі праці, здатність розвивати демократичні інститути, зростання числа нових робочих місць. При зниженні платоспроможного попиту населення, підприємства приділяють увагу якості організації маркетингового управління, визначають цільові сегменти з їх специфічними потребами,

використовуючи маркетинговий інструментарій.

Проблеми теорії і практики комунікації, основи маркетингових комунікацій досліджували іноземні фахівці: М. Вебер, М. Мескон, Дж. Бернет. Серед українських науковців питаннями маркетингових комунікацій займалися: Кінаш І.А. [1], Нагаєць І.Ю. [2], Осовська Г.В., Осовський О.А. [3], Рижкова Г.А. [4]. Проте відкритим залишається питання акцентування уваги сучасного дослідження стратегічних перспектив управління на маркетингових комунікаціях, інноваціях, які формують ринкові стратегічні орієнтири з урахуванням особливостей діяльності підприємств машинобудування [2, 4].

Поняття «комунікація» розглядається як необхідний інструмент управління та факторний показник результату діяльності підприємств. Маркетингові комунікації слід аналізувати як універсальний інструмент цілеспрямованого впливу на цільову аудиторію через різновекторні інформаційні потоки з метою безпосереднього або опосередкованого впливу на досягнення стратегічних, тактичних і оперативних цілей підприємства. Маркетингові комунікації сприяють розширенню та поглибленню ринку споживачів, збільшенню частки ринку та примноженню прибутків. Підґрунтям ефективної комунікативної політики підприємств машинобудівної галузі є взаємовідносини з партнерами, конкурентами, споживачами, працівниками; а також комплекс маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання збуту, персональний продаж, спонсорство, виставкова діяльність, директ-мейл. Маркетинговий комунікативний комплекс розглядається у розрізі інструмента цілеспрямованого впливу вітчизняних підприємств машинобудівної галузі на поведінку корпоративних споживачів та споживачів-індивідів [2, 3]. За прогнозом Всеукраїнської рекламної коаліції, перспективами і тенденціями розвитку маркетингових комунікацій підприємств вітчизняного машинобудування виступають такі сегменти ринку як Інтернет-реклама і директ-маркетинг [5].

Актуальним завданням українських підприємств машинобудування, місія яких полягає у сприянні технічного переоснащення галузей національної економіки, є забезпечення ефективності стратегічного управління, мобільності та оперативності прийняття рішень, а це можливе за умови розвитку маркетингових комунікацій. Для функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання першочерговим є застосування високоефективної системи маркетингової інформації, яка заснована на використанні новітніх технічних засобів автоматизованої обробки цифрової та текстової інформації, що об'єднана у єдину мережу за допомогою системи зв'язку [1, 2].

Зміна традиційних підходів до управління підприємствами, відтак і механізмів стратегічної реалізації маркетингових комунікацій, спричинена розвитком глобальної мережі. В інвестиційних колах активно обговорюється тема електронної комерції, оскільки в Україні стрімко розвивається онлайн-економіка. Поширення Інтернету серед населення вимагає від підприємств опанування інтернет-ресурсів. Налагодження маркетингових комунікацій у мережі підприємствам варто сприймати як перспективну інвестицію, сучасний засіб двоканально комунікації зі споживачем, можливість повідомити власну стратегію. Для підприємств машинобудування формування онлайн-маркетинг-міксу є складним, проте важливим завданням. Доцільно окреслити стратегічні перспективи маркетингових комунікацій: зростання активності споживачів в мережі Інтернет; розширення внутрішньоринкової географії споживачів; зниження питомої ваги нових клієнтів у короткостроковій перспективі; наявність конкуренції в мережі Інтернет; зростання інтернет-складової витрат на збут [1].

Огляд наукової літератури засвідчив, що поняття «диверсифікація» виражає одну з тенденцій сучасного ринку маркетингових комунікацій, яке обумовлене посиленням

конкуренції на ринку і ускладненням рекламної діяльності. Диверсифікація сприяє підвищенню гнучкості промислової діяльності і комплексному задоволенню попиту на продукцію. Резервом підвищення конкурентоспроможності підприємств машинобудування є впровадження та формування ефективних комунікаційних каналів, що сприятиме реорганізації процесу руху продукції. Промисловий ринок маркетингових комунікацій базується на інтелектуальному потенціалі трудових ресурсів, а відтак не потребує значних інвестицій. Маркетингові комунікації для підприємств машинобудування, та економіки в цілому, сприяють пом'якшенню проблеми зайнятості населення.

Література

1. Кінаш І.А. Реалізація маркетингової стратегії підприємства з використанням інтернет-технологій [Електронний ресурс] / І.А. Кінаш // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013 (40). – №2. – с. 367-370. – Режим доступу : http://ie.at.ua/IE_2013/InnEco_2-40-2013.pdf.
2. Нагасць І.Ю. Управління маркетинговими комунікаціями на підприємствах машинобудування: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 «Економіка і управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / І.Ю. Нагасць. – Запоріжжя, 2011. – 38 с.
3. Осовська Г.В., Осовський О.А. Ефективність маркетингових комунікацій у системі управління діяльністю підприємства [Електронний ресурс] / Г.В. Осовська, О.А. Осовський // Журнал «Агросвіт». – 2012. – №22. – с. 12-17. – Режим доступу : http://www.agrosvit.info/pdf/22_2012/2.pdf.
4. Рижкова Г.А. Особливості і перспективи розвитку ринку маркетингових комунікацій в Україні [Електронний ресурс] / Г.А. Рижкова // Економічний нобелівський вісник. – 2014. – №1 (7). – с. 375-381. – Режим доступу : <http://duan.edu.ua/uploads/vidavnistvo14/ekonomichnij-nobelivskij-visnik-114/7635.pdf>.
5. Статистика [Електронний ресурс] // Всеукраїнська рекламна коаліція. – Режим доступу : <http://www.adcoalition.org.ua/adn/statistics>.

УДК 330.123

Пикрия Цоцколаури, ассоциированный профессор Грузинский университет им. Св. Андрея Первозванного при Патриархии Грузии **ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА ИЗМЕНЕНИЙ В ГРУЗИНСКИХ БИЗНЕС КОМПАНИЯХ**

Усиление качества конкуренции является одним из показателей глобализации. Этот процесс не только расширяет масштабы деятельности компаний, но при этом еще и меняет их ареал на рынках, отношение к рабочей силе т.д. Следовательно, процесс глобализации влечет за собой значительные изменения в деятельности компаний. Осмысление изменений и своевременное реагирование на них становится главной заботой команды менеджмента. Ко всему этому добавляется влияние динамичной и переменной среды, что ставит новые задачи перед командой менеджмента. В частности, изменения в компании вызывают нарушение ее устойчивой деятельности, а управление ими заключается в устранении нарушений. Зачастую ставится вопрос о том, кто несет ответственность за управление изменениями в компании. Изменения не носят характер одноразового явления, это процесс. В процесс управления изменениями включены и менеджеры и нанятые работники.

В управлении указанным процессом необходимо определить движущие силы и уменьшить действие сдерживающих сил. В бизнес компаниях этот вопрос представляется достаточно сложным. Часто изменения вызывают сопротивления. Против

изменений выступают обе стороны. К изменениям менеджеры относятся отрицательно по личным причинам, что вызвано недостаточной квалификацией, неспособностью своевременного восприятия изменений, невозможностью отказа от привычек, а также соблюдением безопасности. Спротивления к изменениям обладают недостатком, связанным с усложнением осуществления действий, совместимых с коммерческими ситуациями, затруднением в адаптации к рынку и среде, а также в области инновационного развития.

Влиянию на изменения мешают также и организационные факторы: структурное строение, желание сохранения стабильности, ограниченный диапазон изменений. Поскольку организации являются единством взаимозависимых подсистем, изменение одной само собой подразумевает регулирование других подсистем и служб. Однако менеджмент компании часто не желает выполнять такую работу. Такая работа требует намного больших способностей, больших возможностей коммуникации, и, конечно же, больших знаний и опыта. Следовательно, процесс глобализации дает возможность расширения деятельности бизнес компаний, и ставит больше требований к квалификации работающих в этой сфере людей.

Управление изменениями возможно также путем организационного развития, когда на повестке дня стоит необходимость формирования ориентированных на знания организаций. Эти организации постоянно находятся в процессе изменений и адаптации к окружающей среде. Для них характерны открытые коммуникации, особенное отношение к рискам, постоянная забота о менеджменте качества и, что самое важное, они обладают особенной организационной культурой. Эти организации часто используют такие современные формы организационного устройства, как устроенная по командному принципу структура, виртуальная организационная структура.

Все это ставит вопрос о необходимости управления знаниями о том, как должна быть изменена организация, какая роль отводится менеджерам, какую работу должны выполнять нанятые работники. Появляется необходимость обязательного регулирования личных и деловых взаимоотношений и управления стрессом. Стресс сопутствует служебной деятельности. Это динамическое состояние, при котором противопоставляется требование к работнику и возможности работника. Для того, чтобы это противостояние не переросло в конфликт, необходимо активное вмешательство менеджеров. Управление стрессом может оказать большую помощь компании. Оно дает возможность потенциального выигрыша.

На современном этапе одним из важных моментов в управлении рисками является выявление рисков и воздействие на них. В своей деятельности компании сталкиваются с большим количеством рисков. Их подход к рискам также отличается. Отношение компаний к рискам обусловлено бизнес средой. А изменение среды подразумевает изменение этого отношения. Определенная часть компаний игнорирует изменения, без надлежащего анализа продолжает осуществление своей деятельности методами, которые ранее давали желаемые результаты. Компании только под конец своей деятельности догадываются о том, что такие консервативные действия не оправданы. Консервативные действия являются своего рода защитой, однако компании все-таки должны научиться справляться с рисками, если они хотят продолжать работу на рынке. Тем более, что восстановление однажды потерянных позиций на рынке является сложным процессом, а восстановить позиции после частых потерь на рынке, как правило, невозможно.

В основном различают два подхода к рискам: консервативный и неоправданный оптимизм. Оба эти подхода влекут за собой проблемы при выполнении средних и долгосрочных задач. Компания должна выработать отношение к рискам и

контролювати їх. Ефективний процес управління ризиками включає наступні елементи: виявлення ризиків, кількісна оцінка ризиків, вибір стратегії управління ризиками, управління ризиками та моніторинг. Управління цим процесом теж є обов'язком менеджерів.

В бізнес діяльності важливим також є вибір стратегії управління ризиками. Достатньо ефективно при цьому використання можливостей передачі ризиків та страхування ризиків.

Слід зазначити, для того, щоб відбуваються в процесі глобалізації зміни не мали негативного впливу на діяльність бізнес компаній, необхідно: покращити систему підготовки кадрів в сфері бізнесу; створити систему перепідготовки кадрів; визначити можливості управління знаннями та їх приведення в відповідність з цілями та завданнями компанії; змінити організаційну структуру, її адаптація до ринку для досягнення використання можливостей ринку; покращити організаційну культуру та надавати більше уваги управлінню стресом; виявлення ризиків, здійснення правильного вибору форм своєчасного реагування на них.

УДК: 656:631.11

Арестенко В.В., к.е.н., доцент

Мрічко Ю.Д., студентка

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Логістика – це сфера діяльності, об'єктом якої є організація та регулювання процесів надходження продукції, що виготовляється, від виробника до споживача. Тобто це управління матеріальними ресурсами під час їх закупівлі або виробництва, перевезення, зберігання. На думку західних спеціалістів, логістика – це інтеграція процесу перевезень з виробничою сферою і включає вантажно-розвантажувальні операції, зберігання і транспортування товарів, а також необхідні інформаційні процеси [1, с. 47].

Однією з основних функціональних сфер, придатних для застосування інструментарію логістики, є основна діяльність сільськогосподарських підприємств, щодо якої можна застосовувати інструментарій виробничої (внутрішньовиробничої) логістики для вирішення питань оптимізації розмірів сільськогосподарських підприємств, визначення потреби підприємства в основних засобах виробництва, організації продуктивного використання основних засобів, забезпечення технічного обслуговування та ремонту машин, будівель, обладнання тощо [2, с.247].

Агрологістика – новий прикладний напрямок логістики, пов'язаний із застосуванням її положень і методів у сфері аграрного виробництва. В Україні агрологістика перебуває на початковому етапі розвитку. Разом із тим у розвинених країнах світу – США, Канаді, Західній Європі, Австралії та ін. – давно оцінили високу ефективність використання логістичних підходів в агробізнесі. Сьогодні у багатьох країнах Європейського Союзу урядові структури беруть на себе ініціативну роль під час впровадження логістичних підходів у діяльність аграрних підприємств.

Аграрна логістика як наука розробляє наукові принципи, методи, математичні моделі, що дають змогу планувати, контролювати й управляти транспортуванням, складуванням та іншими матеріальними та нематеріальними операціями, що виникають у процесі доведення сировини та матеріалів до аграрного підприємства, організації

виробничого процесу, доведення аграрної продукції до споживача відповідно до його вимог.

Логіст на підприємстві аграрного сектору повинен максимально ефективно поєднувати всі види логістики на підприємстві, так як всі вони разом будуть давати максимальний результат для впровадження раціональних форм матеріального забезпечення аграрних підприємств, виробництва та доведення до ринків збуту продукції.

Для максимальної ефективності логістики в аграрному секторі економіки потрібно менеджерам підприємств звернути особливу увагу на компоненти ефективності логістики: готовність до постачання, гнучкість, готовність до інформації, дотримання умов постачання, термін постачання та якість постачання.

Логістичний напрям діяльності підприємств аграрного сектора логічно зумовлює використання концепції та інструментарію логістики у сфері матеріального забезпечення їх основної діяльності – через оптимізацію процесів закупівель основних засобів виробництва та інших матеріалів з метою створення або оновлення парку машин, обладнання, необхідних для виконання виробничого процесу відповідно до агротехнічних вимог [3, с.95].

Застосування інструментарію логістики до процесів планування і здійснення закупівель матеріальних ресурсів передбачає прийняття управлінських рішень на основі наявної в особи, яка приймає рішення достовірної, достатньої й вчасної інформації. Це, відтак, актуалізує роль створення в сільськогосподарських підприємств логістичних інформаційних систем і застосування інструментарію інформаційної логістики [4, с.145].

Література

1. Богач А. Принципи та напрямки аналізу витрат на функціонування логістичних систем // Логістичні системи. – 2006. – №2. – 456с.
2. Заболотний Г.М. Ринкова трансформація господарства регіону (кластерний підхід): Навч. посіб. / Г.М. Заболотний, О.М. Дідик, В.І. Захарченко, А.М. Ступницький. – Вінниця: Видавничий відділ ВДАУ, 2006. – 395с.
3. Глогусь О. Логістика: Навч. посібник для студ. екон. спец. / Інститут змісту і методів навчання; Тернопільська академія народного господарства. – Тернопіль : Економічна думка, 1998. – 166с.
4. Клімова І.Г. Проблеми та передумови використання логістики в Україні / І.Г. Клімова // Держава та регіони. - 2006. - № 3. – 295с.

УДК 331.5

Вітряк Т.Б., к.е.н.,

Інститут підготовки кадрів Державної служби зайнятості України (Київ)

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО ОБґРУНТУВАННЯ БАГАТОФАКТОРНОЇ МОДЕЛІ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ПРАЦІ УКРАЇНИ

Сучасний ринок праці України характеризується значним напруженням внаслідок зниження попиту на робочу силу, падіння рівня реальної заробітної плати, зростання чисельності вивільнених працівників, збільшення прихованого безробіття. Ці характеристики мають суттєві територіальні розбіжності, що зумовлює необхідність поглибленого вивчення та потребу у додаткових теоретико-методологічних й практичних дослідженнях регіональних особливостей ринку праці. Аналіз сучасного стану регіональних ринків праці дає можливість дійти висновку, що ефективний механізм їх регулювання повинен включати досить різнопланові та диференційовані за

силою впливу фактори, які не обмежуються лише сферою трудових відносин [1].

Економічна наука має в своєму розпорядженні широкий арсенал відповідних інструментів, серед яких особливе місце займає економіко-математичне моделювання, яке виявляє основні тенденції сучасного ринку праці та дозволяє будувати адекватні стратегії для його регулювання, що є актуальним завданням економічного розвитку держави [2].

Теоретико-методологічні та практичні аспекти впливу факторів на ринок праці висвітлені у роботах багатьох вітчизняних та закордонних вчених і економістів, зокрема Ю. Маршавіна, С. Бандура, В. Близнюка, Д. Богині, О. Гришнєвої, А. Колота, Е. Лібанової, В. Джонсона, Р. Еренберга, Дж. Оувена, А. Рофе, М. Скрипниченко, Р. Сміта, Л. Філіпса та ін. Дослідження питання економіко-математичного моделювання ринку праці потребують подальшого дослідження, зокрема, вплив на динамічні процеси ринку праці, враховуючі регіональні особливості, можливості використання економіко-математичного моделювання для прогнозування його розвитку.

Рівень результативних показників ринків праці формується під впливом цілого комплексу взаємопов'язаних між собою факторів, які діють з різною силою і з різною спрямованістю. Особливості ситуації на регіональних ринках праці України орієнтують на використання набору специфічних факторів, вивчення впливу яких на рівень безробіття дозволяє використовувати для її аналізу і прогнозування методи кореляційно-регресійного аналізу та побудувати комплексну модель [3].

Складність моделювання полягає у відборі факторних показників, які б були найбільш інформативні та об'єктивно відображали економічні процеси формування ринку праці. Більш обґрунтованим методом для вибору факторів є кореляційний аналіз, що дозволяє кількісно описати взаємозв'язок між ознаками [4].

Для потреб моделювання регіонального ринку праці України в якості результативного показника (Y), обрано рівень зайнятості населення у 2015 р. Факторними ознаками (x_i), що впливають на формування регіонального ринку праці виступили наступні:

x_1 – загальний коефіцієнт природного приросту населення (на 1000 чоловік населення);

x_2 – частка безробітних, яким призначено допомога по безробіттю, у загальній чисельності зареєстрованих безробітних;

x_3 – співвідношення чисельності пенсіонерів і чисельності населення в працездатному віці, на 1000 ос. населення («пенсійне навантаження»);

x_4 – продуктивність праці, тис. грн/1ос;

x_5 – індекс фізичного обсягу обороту роздрібною торгівлі, до попереднього року;

x_6 – коефіцієнт міграційного приросту (на 1000 чоловік населення);

x_7 – обсяг капітальних інвестицій, млн грн;

x_8 – економічно активне населення, тис. ос.;

x_9 – коефіцієнт напруженості на ринку праці, осіб на 10 вакансій;

x_{10} – середньомісячна заробітна плата штатних працівників, грн;

x_{11} – кількість суб'єктів ЄДРПОУ.

Вплив вищезгаданих факторів на рівень зайнятості населення визначається за допомогою кореляційної матриці в ППП «STATISTICA 10.0». Важливо відзначити, що всі фактори (x_1 – x_{11}) різною мірою пов'язані з результативним показником. Парні коефіцієнти кореляції визначають не тільки між результативним і факторними ознаками, також велике значення мають коефіцієнти кореляції, розраховані між факторними ознаками. Якщо значення хоча б одного з парних коефіцієнтів кореляції (між змінними x_i) більше 0,8, то є підстави перевірити модель на мультиколінеарність.

Дослідження свідчить, про те, що мультиколінеарність між факторними ознаками відсутня.

Для подальшого дослідження в модель доцільно включити фактори з найбільшими парними коефіцієнтами кореляції, а саме:

x_4 – продуктивність праці, тис. грн/1ос;

x_7 – обсяг капітальних інвестицій, млн грн;

x_8 – економічно активне населення, тис. ос.;

x_{10} – середньомісячна заробітна плата штатних працівників, грн.

Для забезпечення адекватності статистичних даних при формуванні багатфакторної моделі використовувалися середні дані Державної служби статистики України за період 2010–2014 рр. Статистичні дані Донецької та Луганської областей за останні два роки є неповними, тому вони були виключені з процесу моделювання для запобігання перекручування результатів.

Попереднє вивчення форми зв'язку між вказаними ознаками показало, що зв'язок може бути виражений за допомогою лінійного рівняння регресії. На підставі вихідних даних проаналізовано показники зв'язку рівня зайнятості населення з представленими факторами. В програмі Microsoft Excel за допомогою функції ЛІНЕЙН отримано рівняння регресії:

$$\hat{Y}_x = 54,32 - 0,255x_4 + 0,0005x_7 + 0,002x_8 + 0,02x_{10}$$

Найбільший вплив на рівень зайнятості населення має продуктивність праці, так як коефіцієнт регресії при цьому факторі найбільший, відповідно при збільшенні фактора на одиницю рівень зайнятості населення зменшується на 25,5%. Решта факторів мали значно менший вплив на результативний показник, а саме: капітальні інвестиції (0,5%), кількість економічно активного населення (2%), середньомісячна заробітна плата штатних працівників (2%).

Коефіцієнт кореляції $R=0,676$ характеризує достатньо щільний зв'язок рівня зайнятості населення з представленими факторами. Коефіцієнт множинної детермінації $R^2=0,457$ показує, що варіація рівня зайнятості населення в зв'язку зі зміною представлених факторів становить 45,7%. Для розкладання загального обсягу варіації рівня зайнятості населення на варіацію за рахунок кожного включеного в рівняння регресії факторів розглядаємо складові коефіцієнта детермінації. Таким чином, із 45,7% загального коливання рівня зайнятості населення 13% пояснюється варіацією продуктивності праці, 4% – обсягом капітальних інвестицій, 31% – кількістю економічно активного населення, 24% – розміром середньомісячної заробітної плати штатних працівників.

Для визначення випадковості наявних взаємозв'язків в моделі розглянемо F -критерій (23,576), який вищий за табличне значення (2,96) для даної ступені свободи $\alpha=0,05$ ($k_1=4$, $k_2=20$), тому дана модель може використовуватися для подальшої оцінки тенденцій ринку праці.

Уявлення про значущість факторних ознак свідчить дані t -статистики. Табличне значення t – критерію нормального розподілу при заданому рівні довірчої ймовірності 0,95 становитиме $t_{\text{табл}}=1,7247$. Відповідні фактичні значення t – критерію вище табличного у всіх чотирьох факторів, що свідчить про те, що всі обрані фактори істотно впливають на результативний показник.

Однак на підставі коефіцієнтів регресії не можна судити, яка з факторних ознак найбільше впливає на результативну, оскільки коефіцієнти регресії між собою непорівняльні, адже їх виражено різними одиницями. З метою виявлення порівняльної сили впливу окремих факторів та їхніх резервів, обчислюються часткові коефіцієнти

еластичності \mathcal{E}_i , а також бета-коефіцієнти β_i .

Часткові коефіцієнти еластичності \mathcal{E}_i показують, на скільки процентів у середньому зміниться результативна ознака при зміні на 1 % кожного фактора та фіксованому рівні інших факторів. Найбільший позитивний вплив на рівень зайнятості населення має обсяг капітальних інвестицій, тобто, якщо обсяг капітальних інвестицій збільшиться на 1%, то рівень зайнятості населення збільшиться на 19,5%. Відповідно збільшення середньої заробітної плати штатних працівників на 1% призведе до збільшення рівня зайнятості населення на 8,6%.

Для уявлення про те, як по сукупності регіонів України розподіляються фактори за їх впливом на резерви зростання рівня зайнятості населення розглядаються β -коефіцієнти, які показують, на яку частину середнього квадратичного відхилення змінюється результативна ознака при зміні відповідної факторної ознаки на одне значення її середнього квадратичного відхилення. По суті, β -коефіцієнти характеризують фактори, в розвитку яких приховано найбільші резерви збільшення результативного показника. В розрахованій моделі найбільші можливості збільшення рівня зайнятості населення закладено в обсягу капітальних інвестицій, тому що при зміні на одне квадратичне відхилення обсягу капітальних інвестицій рівень зайнятості населення збільшиться на 0,205 свого квадратичного відхилення – це реальний резерв підвищення рівня зайнятості населення регіону. Далі за ступенем впливу йде розмір середньої заробітної плати (0,086), також суттєвий вплив має показник кількості економічно активного населення (0,027). Високий від'ємний ступень впливу має показник продуктивності праці (-2,04) так як при збільшенні продуктивності праці вивільняється робоча сила, а відповідно і зменшується рівень зайнятості населення.

Парні коефіцієнти кореляції свідчать про різний ступень зв'язку рівня зайнятості населення з окремими факторами. Так, найтісніший зв'язок спостерігається з розміром середньої заробітної плати (0,515) і кількістю економічно активного населення (0,501). Середній ступень зв'язку між результативним показником і обсягом капітальних інвестицій (0,476) і продуктивністю праці (0,409).

Одним із припущень класичного регресійного аналізу є припущення про незалежність випадкових величин u_i , $i = 1, \dots, n$, тобто якщо це припущення порушується, то має місце автокореляція залишків. Для перевірки вибірки на автокореляцію за критерієм Дарбіна–Уотсона розраховано d – статистику (1,82) та порівняно зі статистичними таблицями для $n=22$ (обсяг вибірки), $k=4$ (кількість незалежних змінних) та заданим рівнем значущості – 5%. Розрахункові значення $d_f=0,96$ та $d_n=1,80$ та відповідні інтервали свідчать про відсутність автокореляції.

Запропонована багатфакторна модель залежності рівня зайнятості населення від визначених факторів є адекватною. Отже, в подальшому пропонується використовувати її для кластерного моделювання та прогнозування регіональних ринків праці України.

Література

1. Маршавін Ю.М. Прогнозування процесів на ринку праці. [Текст] / Ю.М. Маршавін, А.В. Казановський, М.В. Судаков. – К.: ІПК ДСЗУ, 2009. – 108 с.
2. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини / О. А. Грішнова. – К.: Знання, 2004. – 535 с. – (Вища освіта XXI століття).
3. Лібанова Е. М. Ринок праці: Навч. посібник / Е. М. Лібанова. – Київ : Центр навчальної літератури, 2010. – 224 с.
4. Скрипниченко М. І. Проблеми зайнятості та формування ринку праці в Україні / М.І. Скрипниченко // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2015. – №3(31). – С.228–236.

УДК 338.45.01

Герасимяк Н.В., к.е.н., доцент
Сімонян А.А., студент

Луцький національний технічний університет

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ

Маркетинговий аналіз ринку є важливим та невід'ємним елементом діяльності будь-якого підприємства. Хлібопекарська галузь - одна з провідних галузей харчової промисловості України, призначена для забезпечення виробництва хліба, хлібобулочних та інших борошняних виробів у обсягах, які відповідають нормам державної продовольчої безпеки.

У сумарному обсязі продукції всієї харчової промисловості України хлібопекарська галузь займає одне із провідних місць, а частка хлібопродуктів у раціоні населення України складає 15 %, що підтверджує їх статус як основного продукту харчування. Потреба в них притаманна людям будь-якого соціального статусу і за будь-якого рівня доходів [5]. За даними органів статистики, в Україні спостерігалось стійке зниження обсягів виробництва хліба та хлібобулочних продуктів (рис. 1). До 2015 р виробництво зазначеної продукції зменшилося більше, ніж у 5 разів. Норма споживання хлібобулочних виробів в Україні становить 101 кг на одну особу в рік. За весь досліджуваний період споживання хлібобулочних виробів на одну особу перевищує фізіологічні норми, але, якщо у 1990 році це перевищення становило 39,6%, то у 2011 – 14,9%. У 2011 році відбулося падіння рівня річного споживання продуктів харчування в Україні на душу населення майже по всім продуктам [2].

Об'єктивні причини зниження обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів такі: скорочення чисельності населення України, переорієнтація споживачів на інші продукти харчування; збільшення виробництва хліба суб'єктами господарювання, що не звітують про обсяги перед статистичними органами [4]. Крім того причини спаду виробництва є такі: зростання купівельної спроможності населення, що переорієнтовує споживача на більш дорогі продукти харчування; поява напівфабрикатів; зміна смаків споживачів та поява тренду здорового способу життя та здорового харчування, що лімітують щоденне споживання хліба та хлібобулочних виробів.

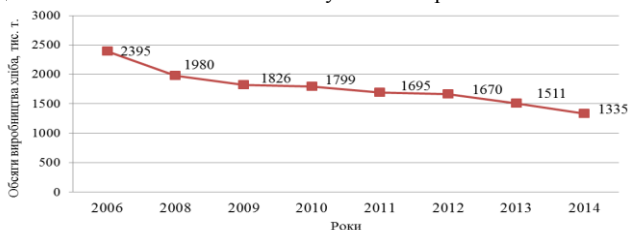


Рис. 1. Динаміка обсягів виробництва хліба і хлібобулочних виробів в Україні

Зокрема, за даними статистичних органів у 2013 р. в Україні працювало 1486 підприємств – виробників хліба (рис. 2). З них 71 % хліба та хлібобулочних виробів виготовляють промислові хлібозаводи, розташовані у містах і районних центрах (близько 400), 20% випікають приватні, малі пекарні, 9% - інші підприємства.

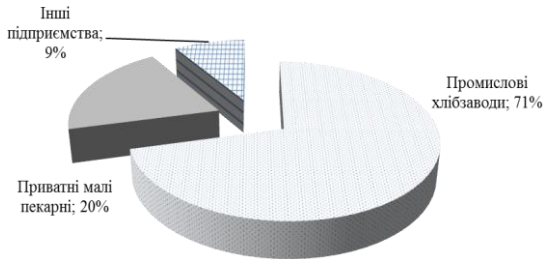


Рис. 2. Структура основних виробників хліба та хлібобулочних виробів в Україні [1]

Сьогодні більшість хлібозаводів мають потребу в проведенні реконструкції, заміні технологічного устаткування на більш сучасне, енергозберігаюче. Значна частина великого хлібного бізнесу представлена приватними компаніями, у тому числі різними інтеграційними структурами. Адже загальнодержавні тенденції щодо злиття та поглинання компаній притаманні і ринку хлібопекарства. Тут також відбувається формування вертикально інтегрованих структур із замкнутим циклом виробництва – від виробництва борошна до випуску хлібопродуктів. Адже укрупнення і концентрація виробництва дає змогу оптимізувати логістику, збільшити асортимент, підвищити прибутковість і, в такий спосіб, вижити та залишитися гравцем ринку. До складу таких міжрегіональних холдингів входять і хлібопекарські заводи, і борошномельні підприємства, і кондитерські виробництва [3].

Дослідження діяльності суб'єктів господарювання хлібопекарської промисловості України виявило наступні її особливості: відбувається постійне зниження обсягів виробництва і реалізації продукції; хліб та хлібобулочні вироби відносяться до продуктів щоденного попиту; високі вимоги до якості, зберігання, транспортування, обмеження періоду їх реалізації та споживання; масовість виробництва та безперервність технологічного процесу; низький середньогалузевий рівень використання виробничих потужностей; висока конкуренція на ринку хлібобулочних виробів; недостатній рівень рентабельності підприємств; неефективна адміністративне регулювання; зниження фондівддачі та продуктивності праці; застарілість матеріально-технічної бази та технології виробництва підприємств.

За результатами проведеного маркетингового аналізу можна дійти наступних висновків. Зміна характеру попиту на продукцію, зокрема зменшення попиту на соціальні сорти хліба і зростання попиту на хліб з добавками (виробництво міні-пекарнями, супермаркетами, домашніми господарствами тощо), демографічною ситуацією, крім того підприємства галузі потребують інвестування, зокрема з метою активізації інноваційної діяльності.

Література

1. Аналіз хлібопекарської галузі в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.studopedia.org/6-115813.html>
2. Загальна характеристика ринку хліба та хлібопродуктів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.credit-rating.ua/ua/analytics/analytical-articles/12894>
3. Кологуша М.М. Методологічні засади аналізу фінансового стану хлібопекарської підгалузі харчової промисловості України // Економіст. – 2007. – № 5. – С. 15-27.
4. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

www.ukrstat.gov.ua

5. Струнін В. В. Вітчизняний ринок хлібобулочних виробів: сучасний стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс]/ В. В. Струнін, Т. М. Філоненко. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3661>

УДК 378.1

Дьячук І.В., к.е.н.

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

СТРУКТУРУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ВНЗ ЗГІДНО ТЕОРІЇ ЖИТТЄЗДАТНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Одним із структурних елементів концепції формування та реалізації маркетингової стратегії розвитку ВНЗ є обґрунтування та розробка показників оцінювання ефективності її реалізації. Останніми роками в українській науковій думці отримали поширення концептуальні підходи щодо розгляду складних соціально-економічних систем (якою є ВНЗ), виходячи із постулатів їх здатності зберігати сталість та рівноважність, їх прагнення відтворювати себе, відновлюючи втрачену рівновагу, долати збурення зовнішнього середовища [1-3].

З метою обґрунтування сукупності ознак життєздатності ВНЗ слід проаналізувати категоріальний апарат методології життєздатності соціально-економічних систем (СЕС). На сучасному етапі методологічні основи життєздатності СЕС закладені двома науковими школами: донецькою - під керівництвом проф. Ю.Г. Лисенка [1] та запорізькою, що спирається на наукові праці проф. Л.Н. Сергєєвої [2-3].

В роботі [1] під життєздатністю розуміється можливість функціонування СЕС протягом необмеженого періоду часу в умовах дії збурюючих факторів при прийнятному рівні ефективності, а в праці [2] під життєздатною системою автор розуміє «систему, що здатна нескінченно довго зберігати та підтримувати самостійне існування».

В концепції, що запропонована Л.Н. Сергєєвою, СЕС наділяється властивостями саморозвитку, а саме: стійкістю (характеризує взаємодію системи із середовищем); надійністю (характеризує внутрішні сили системи); живучістю (характеризує потенціал системи до розвитку), вмотивованістю (характеризує тривалість та інтенсивність дій, спрямованих на розвиток) [2-3].

Такою складною соціально-економічною системою є ВНЗ, який за своєю сутністю та структурою відповідає ознакам СЕС – тобто такої, що здатна до самоорганізації та підтримки свого існування. Тому пропонується здійснювати визначення структури показників оцінювання ефективності реалізації маркетингової стратегії ВНЗ ґрунтуючись на теорії життєздатності та засадах гармонійного менеджменту.

Після реалізації маркетингових стратегічних заходів СЕС (ВНЗ) повинна підвищити свій рівень життєздатності, що визначається за допомогою комплексного набору показників, які характеризують кожний із зазначених вище компонентів (рис.1). Застосовуючи правило «золотого перерізу» [3], сформуємо гармонійну структуру показників оцінювання ефективності реалізації маркетингової стратегії ВНЗ. Стійкість та надійність забезпечують стабільне функціонування ВНЗ, а живучість і вмотивованість – його розвиток.

Оскільки основним завданням при розробці маркетингової стратегії є розвиток ВНЗ та його інтеграція у європейський освітній простір, показникам забезпечення розвитку надається вага 0,62, а показникам, що характеризують ефективне функціонування

ВНЗ – 0,38.

Показники, які характеризують ефективність реалізації маркетингової стратегії ВНЗ, що підвищує його життєздатність			
Показники, що характеризують ефективне функціонування ВНЗ (0,38)		Показники, що характеризують розвиток ВНЗ(0,62)	
Стійкість 0,14	Надійність 0,24	Живучість 0,38	Вмотивованість 0,24

Рис. 1. Гармонійна структура показників оцінювання ефективності реалізації маркетингової стратегії ВНЗ

Джерело: розроблено автором

Стійкість ВНЗ як СЕС залежить від зовнішнього середовища, тобто частоти зміни законодавчо-нормативної бази; наявністю чіткої державної політики у сфері підготовки фахівців вищої кваліфікації; рейтингу конкурентоспроможності вища; своєчасністю надходження бюджетних коштів до ВНЗ; зміною вимог ринку праці до фахівця із вищою освітою; рівня загальноосвітньої підготовки абітурієнтів; ступеня інтеграції вищої освіти держави у світовий освітній простір тощо.

Надійність характеризується внутрішніми можливостями ВНЗ (силами системи), а саме: рівнем забезпечення та підготовки наукових кадрів у ВНЗ; матеріально-технічним та фінансовим забезпеченням навчального процесу; ступенем впровадження міжнародних стандартів ISO 9000-9003 для оцінювання якості освіти тощо.

Можливості розвитку системи характеризуються такими складовими, як живучість та вмотивованість. При цьому живучість характеризує потенціал розвитку, здатність системи відновлюватися, а вмотивованість – забезпечує його тривалість та інтенсивність [3].

Компоненті «живучість» надано вагу 0,38 оскільки саме потенціал відіграє провідну роль у розвитку ВНЗ. Ця складова матиме такі характеристичні показники оцінювання, як, наприклад, кількість «повторних» студентів; іміджевий рівень ВНЗ; кількість наукових грантів; показник періоду стабільного функціонування ВНЗ; наявність аспірантури і (або) докторантури тощо.

Вмотивованість (вага 0,24) характеризує соціально-економічну віддачу від запровадження стратегічних маркетингових заходів та може вимірюватися такими показниками, як коефіцієнт економічної віддачі від маркетингових заходів; рівень лояльності батьків та абітурієнтів; ступінь довіри до вишу; частота застосування контенту ВНЗ (назви, символики тощо) в ЗМІ.

Література

1. Методология моделирования жизнеспособных систем в экономике : [монография] / [Ю.Г. Лысенко, В.Н. Тимохин, Р.А. Руденский и др.]. – Донецк : Юго-Восток Лтд, 2009. – 350 с. – (Серия: Жизнеспособные системы в экономике = Життєздатні системи в економіці).
2. Моделирование структуры життєздатних соціально-економічних систем : [монография] / [Л.Н. Сергеева, А.В. Бакурова, В.В. Воронцов, С.О. Зульфугарова]. – Запоріжжя : КПУ, 2009. – 200 с.
3. Моделирование управления життєздатністю комерційного банку : [монография] / [Л.Н. Сергеева, О.В. Марковський, О.Г. Дяченко та ін.]. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 360 с.

УДК 336.717.2

Іванова Т.Г., к.е.н, доцент

ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана», м. Київ

ДО ПИТАННЯ НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ МІЖ СУБ'ЄКТАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасний бізнес розвивається в умовах суттєвих загроз, результати реалізації яких значним чином позначаються на його економічних показниках. Вказані загрози мають об'ємний характер і зачіпають практично всі сторони підприємницької діяльності, особливо з врахуванням процесів глобалізації та інтеграції, а також змін внутрішньополітичної ситуації в країні. Виходячи з цього суб'єкти підприємництва повинні бути готові забезпечувати економічну безпеку своєї діяльності власними силами та засобами не тільки у сьогоdnішніх умовах, а і в найближчому майбутньому. Крім того, підприємці мають бути готові до того, що загрози їх діяльності посилюють недобросовісну конкуренцію як невід'ємну складову їх діяльності на будь-якому ринку і в будь-якій галузі економіки.

Згідно Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» під недобросовісною конкуренцією розуміються будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим звичаям чесної підприємницької практики у господарській діяльності [1].

Паризька Конвенція з охорони промислової власності трактує недобросовісну конкуренцію як будь-який акт конкуренції, що суперечить чесним звичаям у промислових та торговельних справах. Це, зокрема:

1. усі дії, які можуть будь-яким чином спотворювати інформацію щодо підприємств, товарів, промислової і торгової діяльності конкурента.

2. Неправдиві твердження при здійсненні комерційної діяльності, здатні дискредитувати підприємство, товари, промислову або торгову діяльність конкурента.

3. Вказівки або твердження, використання яких при здійсненні комерційної діяльності може ввести в оману відносно характеру, способу виробництва, властивостей, здатності до використання або якості товару [2].

Метою недобросовісної конкуренції є забезпечення або закріплення своїх позицій чи переваг на ринку за рахунок послаблення можливостей конкурентів.

Суб'єкти недобросовісної конкуренції:

- Суб'єкти, які здійснюють аналогічний бізнес.
- Суб'єкти, які здійснюють окремі аналогічні операції.
- Кримінальні елементи.
- Суб'єкти, що претендують на приміщення, комунікації, фахівців суб'єкта господарювання.

Причинами виникнення недобросовісної конкуренції є:

- ❖ нерівномірність розвитку суб'єктів господарювання;
- ❖ вузькість ринків на яких діють суб'єкти господарювання;
- ❖ жорсткість податкової політики держави;
- ❖ розходження інтересів ділових партнерів;
- ❖ низька професійна підготовка спеціалістів і керівників суб'єктів господарювання;
- ❖ застарілі та неефективні технології виробництва і предмети обладнання, що використовує суб'єкт господарювання;
- ❖ криміналізація значної частки підприємницької діяльності.

Умовами, які можуть сприяти виникненню недобросовісної конкуренції є:

- ✓ недосконале правове регулювання відповідного виду підприємницької

діяльності та взаємовідносин;

- ✓ обмеженість ресурсної бази або ринків збуту;
- ✓ монополізація ринку окремими бізнес-структурами або державними суб'єктами господарювання;
- ✓ наявність протилежних політичних інтересів у власників суб'єктів господарювання;
- ✓ нерівномірність розвитку суб'єктів господарювання;
- ✓ інфляція, економічні кризи, нестабільність економічної ситуації.

Заборона недобросовісної конкуренції зафіксована у ст. 42 Конституції України. Безпосередній перелік заборонених дій, що визначаються недобросовісною конкуренцією надається у главах 2–4 Закону України “Про захист від недобросовісної конкуренції”. У законі визначено три види правопорушень.

1. Неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання, а саме:

- неправомірне використання позначень;
- неправомірне використання товару іншого виробника;
- копіювання зовнішнього вигляду виробу;
- порівняльна реклама.

2. Створення перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг, а саме:

- дискредитація суб'єкта господарювання;
- схилення до бойкоту суб'єкта господарювання;
- підкуп працівника, посадової особи постачальника;
- схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника);
- поширення інформації, що вводить в оману;
- підкуп працівника, посадової особи покупця (замовника);
- досягнення неправомірних переваг у конкуренції.

3. Неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці, а саме:

- неправомірне збирання комерційної таємниці;
- розголошення комерційної таємниці;
- схилення до розголошення комерційної таємниці;
- неправомірне використання комерційної таємниці [1].

На 01.01.2016 року одним із найбільш поширених видів недобросовісних дій, які вчиняються з метою досягнення неправомірних переваг у конкуренції, є поширення інформації, що вводить в оману. Порушення цього виду становили 90 відсотків від загальної кількості порушень у вигляді недобросовісної конкуренції суб'єктів господарювання [3]. Поширення інформації, що вводить в оману, у тому числі в рекламі, безпосередньо негативно впливає на споживача, на його вибір товару і призводить до отримання порушником неправомірних переваг у конкуренції та невинуватих витрат споживача через придбання товару, який насправді не має тих властивостей, про які поширювалась інформація.

Тобто, основним у виявленні ознак недобросовісної конкуренції є всяка поведінка, засіб конкурентної боротьби, які будь-яким чином суперечать звичаям чесної підприємницької практики, пов'язані з порушенням прийнятих на ринку норм і правил, що мають місце у відносинах між конкуруючими суб'єктами.

Література

1. Про захист від недобросовісної конкуренції // Закон України від 07.06.1996 р. – № 236/96-ВР із змінами і доповненнями // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.kiev.ua.

2. Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року (переглянута у Брюсселі 14 грудня 1900 р., у Вашингтоні 2 червня 1911 р., у Гаазі 6 листопада 1925 р., у Лондоні 2 червня 1934 р., у Лісабоні 31 жовтня 1958 р., у Стокгольмі 14 липня 1967 р., змінена 2 жовтня 1979 р., підтверджена у 1992р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: DAF/COMP/GF/WD(2008)47.

3. Звіт Антимонопольного комітету України за 2015 рік// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/84521>

УДК 334.72

Кобилянська Л.М., к.е.н.

Академія фінансового управління, м. Київ

СУЧАСНЕ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В Україні підприємства малого і середнього бізнесу є основою підприємництва, адже, згідно з даними Державної служби статистики України, у 2014 р. серед загальної кількості 1932,2 тис. суб'єктів господарювання функціонувало лише 497 великих підприємств, тоді як середніх – 15,9 тис., малих – 324,6 тис. (серед них 278,9 тис. – мікропідприємства). До того ж, до сектору малого і середнього підприємництва відноситься 1591,2 тис. фізичних осіб-підприємців.

Згідно з офіційними даними за 2014 р., частка великого бізнесу у ВВП України складає 41,8% від загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг), середнього бізнесу – 41,3%, малого бізнесу – 16,9%. Отже, переважний внесок у створення вітчизняного ВВП припадає на суб'єкти господарювання середнього та малого бізнесу.

З міжнародного досвіду відомо, що політика підтримки розвитку підприємництва має величезний вплив на зростання національної економіки в цілому. Нині Україна вкотре намагається закласти підвалини економічного зростання. Сприяння розвитку малого та середнього бізнесу (МСБ) залишається одним із стратегічно важливих напрямів трансформаційного реформування, адже зазначені суб'єкти господарювання є основною складовою наповнення місцевих бюджетів та забезпечення гнучкості економічної системи (наближення її до ринкових потреб), а також відіграють важливу соціальну роль завдяки створенню нових робочих місць та джерел доходу для значної кількості населення.

Згідно рейтингу легкості ведення бізнесу Doing Business-2015, складеного експертами Світового банку і Міжнародної фінансової корпорації (ІFC), Україна посіла 96 місце серед 189 країн. Лідером у світовому рейтингу сприятливості ведення бізнесу залишається Сінгапур. Також до перших десяти країн рейтингу увійшли Нова Зеландія, Гонконг, Данія, Південна Корея, Норвегія, США, Великобританія, Фінляндія і Австралія.

За результатами звіту, сусідні держави значно випереджають Україну, зокрема, Польща посідає в рейтингу 32 позицію, Болгарія – 38, Румунія – 48, Білорусь – 57, РФ – 62, Молдова – 63. Однак, укладачі рейтингу все ж таки відзначили незначне покращення бізнес-клімату України, зокрема, спрощення процесу сплати податків для компаній завдяки введеному електронній системі подання декларацій та сплати єдиного соціального податку. Для податкових органів зменшується робоче навантаження та експлуатаційні витрати, тоді як для фірм зменшується кількість часу, необхідного для виконання податкових зобов'язань, а також кількість помилок. Також в Україні покращився показник віддаленості від передового рубежу (розраховується від країни,

яка посідає перше місце у рейтингу), склавши 61,5%, проти 59,2% за 2013 р.[1].

Сучасне бізнес-середовище в Україні є доволі складним для малого і середнього підприємництва (МСП). Серед основних причин, що стримують розвиток останнього, залишається:

- обтяженість регуляторного середовища, складний порядок проходження дозвільних процедур та сертифікації товарів і послуг, висока вартість останніх;
- відсутність конкуренції у поєднанні з низьким рівнем відповідальності посадових осіб дозвільних органів, що є підґрунтям для корупційних зловживань;
- недосконалість процедур здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності;
- недостатні обсяги фінансування заходів підтримки МСБ з державного і місцевих бюджетів та низький рівень доступу суб'єктів малого і середнього підприємництва до фінансово-кредитних ресурсів;
- нерозвиненість інституційної системи державної підтримки малого та середнього підприємництва на центральному та місцевому рівнях;
- неналежний рівень обізнаності підприємців щодо доступу суб'єктів малого і середнього підприємництва до тендерних процедур при здійсненні державних закупівель;
- незадовільне забезпечення комунікаційної, інформаційної, консультативної сфери підприємницької діяльності;
- небажання впровадження сучасних технологій ведення бізнесу за відсутності стимулів МСП до виробничої діяльності та застосування інноваційних технологій;
- недосконала система підготовки та перепідготовки кадрів для суб'єктів малого і середнього підприємництва;
- низька ділова культура, недостатній рівень правової обізнаності.

Водночас, спостерігається нерівномірність розташування суб'єктів господарювання у регіонах України. Переважна частина підприємств від їхньої загальної кількості в Україні зосереджена лише у декількох регіонах: у м. Києві (12,0%), Харківській (9,4%), Дніпропетровській (8,1%), Одеській (5,8%), Львівській (5,8%) та Київській (5,1%) областях.[2].

На незадовільному рівні залишається інноваційна діяльність вітчизняних промислових потужностей. Упродовж 2012–2014 рр. питома вага інноваційно активних підприємств становила 14,6%. Із загальної кількості підприємств лише 6,0% займалися технологічними інноваціями (продуктові та/або процесові), 5,1% – нетехнологічними (організаційні та/або маркетингові), 3,5% – технологічними і нетехнологічними інноваціями. У 2014 р. інноваційною діяльністю у промисловості займалися 1609 виробництв, або 16,1% промислових підприємств.[2].

Серед вказаних проблем у контексті забезпечення конкурентної інноваційної економіки України і, зокрема, розвитку малого і середнього бізнесу, відсутність фінансування є однією з ключових. Наразі підтримка інноваційної діяльності залишається недовгою та призводить до вкрай неефективного використання коштів, створюючи при цьому сприятливі умови для процвітання зловживань та корупції. До того ж, економічна ситуація не дозволяє сподіватись на збільшення фінансування суб'єктів господарювання за рахунок коштів державного бюджету. В країні відсутні програми кредитування, отже, серед основних можливостей стимулювання малого та середнього бізнесу можна виокремити такі як участь у грантових програмах, спільних міжнародних проєктах. Можливе також залучення МСБ до програм державно-приватного партнерства шляхом формування державних замовлень на науково-технологічні розробки, що створюватимуться суб'єктами підприємництва. Вимагає

активного втручання позиція держави щодо надання консультативної і технічної допомоги для налагодження коопераційних зв'язків між сегментами великого, середнього та малого бізнесу.

Література

1. Doing Business 2015 /Going Beyond Efficiency / A World Bank Group Flagship Report. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/20483/DB15-Full-Report.pdf?sequence=1>
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukr.stat.gov.ua>

УДК 334.138

Софієнко А.В., к.е.н., доцент
Фурсов А.М., студент

Херсонський національний технічний університет

МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СИСТЕМІ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ПІДПРИЄМСТВА

Підвищення ролі маркетингу в діяльності підприємств і наявність системних проблем у цій сфері потребує проведення маркетингового аудиту, який є дієвим інструментом аналізу та оцінки бізнесу, а також важливою складовою процесу управління маркетингом і найбільш результативним способом оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. Маркетинговий аудит дає можливість вчасно виявити нечітко визначені цілі, неефективну стратегію, усунути недоліки в організації маркетингу, плануванні та контролі маркетингової активності тощо [2].

Правильне розуміння функціональної ролі маркетингового аудиту в забезпеченні ефективності маркетингу потребує з'ясування його сутності та визначення місця маркетингового аудиту в загальній системі внутрішнього контролю підприємства.

Результати оцінки підходів до трактування поняття «маркетинговий аудит» свідчать про відсутність єдиної думки щодо визначення цього терміну в сучасних економічних дослідженнях. Узагальнюючи думки окремих авторів можна зробити висновок, що трактування сутності маркетингового аудиту в основному не суперечать одне одному, проте мають свої особливості та переважно визначають аудит маркетингу як: комплексне дослідження маркетингового середовища фірми; підсистему стратегічного аудиту; інструмент критичного оцінювання маркетингових програм; систематичну перевірку роботи підприємства в ринковому просторі; незалежний метод контролю маркетингової активності; перевірку функціонування комплексу маркетингу; дієвий інструмент контролінгу маркетингової діяльності; процес діагностики та оптимізації маркетингової політики підприємства.

На наш погляд, під маркетинговим аудитом слід розуміти всебічне дослідження і контроль функціонування системи маркетингу, а також комплексну оцінку маркетингової діяльності та результативності маркетингових дій з метою задоволення інформаційних потреб користувачів (замовників аудиту) і розроблення рекомендацій з удосконалення комплексу маркетингу та його складових для одержання додаткових конкурентних переваг і поліпшення стану підприємства на ринку.

Основними ознаками маркетингового аудиту є: діагностичний характер; багатовимірність оцінювання результативності та ефективності маркетингу; застосування методів кількісного та якісного характеру під час діагностування системи маркетингу; поєднання фінансових і нефінансових показників; використання

комплексної системи маркетингової інформації [1].

Маркетинговий аудит, як найбільш результативний спосіб оцінки ефективності маркетингу підприємства, виконує такі основні функції: контрольну - перевірка функціонування комплексу маркетингу; аналітичну - визначення та оцінка причинно-наслідкових зв'язків системи маркетингу і результатів маркетингової діяльності підприємства; інформаційну - задоволення інформаційних потреб користувачів (замовників аудиту), інформування їх про результати аудиту; прогностичну - складання прогнозів в області маркетингу і подальшого розвитку підприємства; консультативно-рекомендаційну - надання консультацій, розроблення рекомендацій щодо плану дій з удосконалення маркетингової діяльності підприємства та підвищення її ефективності.

За суб'єктами виконання маркетинговий аудит поділяється на зовнішній і внутрішній. Зовнішній аудит маркетингу являє собою один із видів супутніх аудиторських послуг, виконання яких передбачає: проведення маркетингових досліджень на замовлення підприємства як одного з видів консалтингових послуг; побудову ефективної системи маркетингу на етапі створення підприємства; оцінку поточного стану системи маркетингу, виявлення зон ризику, розроблення рекомендацій з підвищення ефективності маркетингової діяльності; надання консультацій з окремих питань маркетингу. Внутрішній аудит маркетингу треба відрізнити від інших елементів системи внутрішнього контролю підприємства на різних рівнях управління. Тому певний інтерес представляє доповнення сутнісної характеристики внутрішнього аудиту маркетингу на основі визначення його місця у загальній системі внутрішнього контролю підприємства з позицій інтересів користувачів аудиторської інформації (рис. 1). Такі користувачі спів ставляють інформацію управлінського контролю та внутрішнього аудиту з метою визначення ступеню об'єктивності та дієвості оцінки маркетингової діяльності з можливістю інтеграції маркетингових рішень.

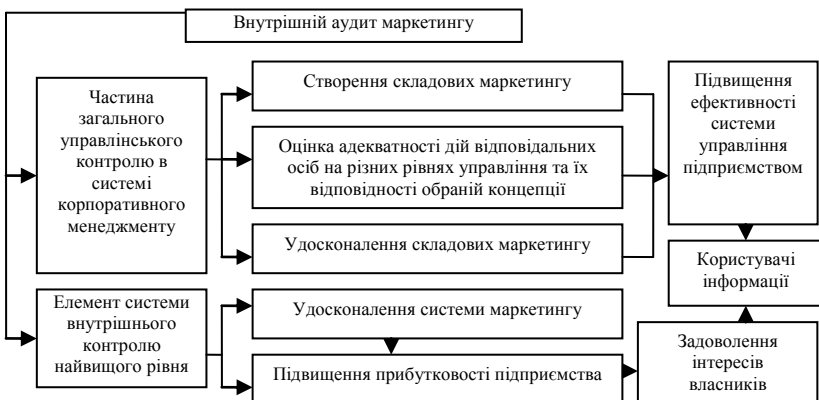


Рис. 1. Місце внутрішнього маркетингового аудиту в загальній системі внутрішнього контролю підприємства

Джерело: розроблено авторами

Отже внутрішній аудит маркетингу слід розглядати з двох позицій: як частину загального управлінського контролю в системі корпоративного менеджменту в інтересах підвищення ефективності управління; як елемент системи внутрішнього контролю найвищого рівня в інтересах власників підприємства.

Правильне розуміння сутності аудиту маркетингу, його призначення та місця у загальній системі внутрішнього контролю підприємства має бути покладено в основу побудови раціональної організації процесу маркетингового аудиту, визначення його головних завдань, формування методичного забезпечення тощо. Це сприятиме підвищенню результативності та дієвості аудиту маркетингу, посиленню його впливу на ефективність маркетингової діяльності на основі об'єктивної оцінки ринкової позиції підприємства, обґрунтування актуальності та послідовності його маркетингової політики і визначення способів вирішення наявних проблем у цій сфері діяльності.

Література

1. Млинко І.Б. Аудит маркетингу: сутність, основні етапи та сфери проведення / І.Б. Млинко [Електрон. ресурс]. - Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13862/1/33_217-224_Vis_720_Menegment.pdf
2. Плаксій Т.О. Маркетинговий аудит: сутність, складові та особливості проведення / Т.О. Плаксій, Г.В. Пухальська // Вісник Хмельницького національного університету. - 2009. - № 2. - С. 74-77.

УДК 658.011.4.003.12 : 339.137.2

Яценко М.В., к.е.н., доцент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах подальшого реформування економіки та здійснення трансформаційних процесів забезпечення динамічного розвитку підприємств можливе шляхом реалізації підходу згідно схеми: «Орієнтація на фактори зовнішнього середовища, інноваційний розвиток та активна реакція системи». Методологія такого підходу потребує формування інноваційної моделі в масштабі держави, галузей, регіонів та підприємств.

Інноваційна модель функціонування і розвитку економіки охоплює всі стадії інноваційного процесу від зародження ідеї, експериментальної перевірки та впровадження в практику господарювання.

Інноваційна модель розвитку потребує створення певних умов організаційно-економічного, соціально-психологічного, правового, техніко-технологічного характеру, інформаційного, фінансового та кадрового забезпечення. Важлива роль відводиться управлінському фактору та його потенціалу з складовими – організаційного клімату, управлінського профілю, типів структур управління, кадровому забезпеченню, менеджменту як системи.

Важливою проблемою забезпечення інноваційного розвитку підприємств є формування інноваційного менеджменту як цілісної системи. Створення такої системи доцільно формувати за такими критеріями: цільова спрямованість інноваційних зрушень, концепція інноваційного розвитку підприємств, цілі і задачі інноваційного розвитку, інноваційні стратегії, методологія формування інноваційної системи, суб'єкти і об'єкти інноваційного процесу, механізми інноваційного розвитку підприємств, потенціал інноваційного розвитку підприємств, кадрове забезпечення, фінансове та інноваційне забезпечення тощо.

Деталізація такої системи може здійснюватися за такими складовими елементами (основними, як приклад).

1. Цільова спрямованість інноваційного менеджменту

– формування потенціалу підприємств на основі забезпечення їх

конкурентоспроможного стратегічного розвитку;

- ситуаційне проведення змін шляхом упереджувальних адекватних інноваційних процесів, адекватних змінам на ринках зовнішнього середовища;

- формування інноваційного соціально-психологічного, організаційно-економічного середовища в об'єктах господарювання.

2. Концепція інноваційного розвитку підприємств

- забезпечення стратегічного розвитку підприємств на принципах інноваційної збалансованої діяльності.

III. Цілі і задачі інноваційного менеджменту

- інноваційне забезпечення стратегічного розвитку підприємств та синергічного ефекту їх діяльності;

- формування системи інноваційного забезпечення конкурентоздатності та конкурентоспроможності підприємств;

- формування інноваційного клімату в організаційних структурах;

- формування упереджувальної адаптивно-розвиваючої інноваційної системи.

Інноваційна модель потребує нового підходу щодо формування та розвитку усіх підсистем менеджменту та використання техніко-технологічних, організаційно-управлінських новацій в системі. При цьому повинні бути враховані: рівень економічного розвитку систем, життєві цикли організації, порядки інновації. Інноваційна модель може одержати розвиток в умовах створеної результативної системи інноваційної логістики та відрегульованої системи відносин.

В умовах трансформаційної економіки одними із основних проблем є проблеми відносин: земельних, соціально-трудових, міжнародних та особливо, владних.

Розвиток владних відносин повинен здійснюватися на основі врахування певних вимог, а саме:

- владні відносини повинні сприяти розвитку партнерських відносин в системі «суб'єкти – об'єкти впливу» через механізм соціального діалогу. Така позиція базується на конституційних вимогах, де джерелом влади є народ. В умовах інституційно-структурної перебудови повинна бути збалансована система по лінії влади керівника – влади підлеглих, влади виконавчого державного органу управління – влади неформальних інститутів, влади керівного центру – влади підлеглому керівному центру. Така концепція сформована на розумінні влади з обслуговуючими і відповідальними функціями в системі суб'єкт – об'єкт;

- владні відносини повинні формуватися, виходячи із принципу відповідальності влади за забезпечення єдності інтересів;

- владні відносини повинні формуватися на збалансованій системі цільової спрямованості, обов'язків, прав і відповідальності суб'єктів владного впливу і суб'єктів делегування влади;

- владні відносини повинні сприяти одержанню синергічного ефекту від сформовано-функціонуючої на збалансованих умовах системи влади.

Однак в реальній практиці практично в сформованій системі влади існує розбалансованість з перекосами як по лінії суб'єкт влади – суб'єкт делегування влади, так і по лінії суб'єкт делегування влади – суб'єкт влади. Одержує розвиток асиметричність в системі влади в тріаді: функція – ресурси, обов'язки – права, відповідальність – влада. Владні позиції сторін характеризуються нерівністю у відносинах, дисгармонічні. Владні відносини не виконують своєї мотиваційно-стимулюючої функції. Збільшився розрив в економічних інтересах суб'єктів діяльності

в сучасних умовах трансформаційних процесів, які здійснюються на базі приватизації. Неоднозначність цінностей і доступ до ресурсів – головний фактор розбалансованості в системі влади.

Отже, результативність економіки на рівні держави, регіонів та підприємств можливо забезпечити шляхом побудови динамічно збалансованої і результативної системи влади. Це дозволить сформувати і організаційно-управлінські механізми адекватних збалансованій системі влади.

Першочерговими заходами повинні бути:

– оптимальне поєднання державної та приватної власності, що дозволить збалансувати триаду раціональної побудови системи владних відносин;

– прийняття комплексу законів розвитку владних відносин в системі «роботодавець - найманий працівник», «засновники власності – трудові колективи», «засновники власності – акціонери», «виконавча влада – громадські інститути» та ін. Це дозволить обмежити, а в подальшому і ліквідувати диктат виконавчої влади, роботодавця, засновників власності та ін.

Таким чином, лише комплексний і системний підхід дозволить сформувати результативну систему управління стратегічним розвитком підприємницьких структур на інноваційній основі.

Література

1. Гриньов А.В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління: монографія / А. Гриньов. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 305 с.
2. Дмитренко М. Інноваційні стратегії розвитку України: правовий, соціально-економічний та політичний аспекти / М. Дмитренко // Трибуна. – 2007. – № 4. – С. 11 – 17.
3. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К.: Академвидав., 2006. – 463 с.
4. Павленко І.А. Інноваційне підприємництво у трансформаційній економіці України: монографія / І.А. Павленко. – К.: КНЕУ, 2007. – 248 с.
5. Єфремов О.С. Взаємозв'язок основних елементів стратегії інноваційного розвитку підприємства / О.С. Єфремов // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. - №1. – С. 228-233.

УДК 339.138:64

Антонова І.В., ст. викладач

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

ДІАГНОСТИКА МОЖЛИВОСТЕЙ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ КЛІЄНТІВ У ПРАКТИЦІ РОБОТИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Україна володіє унікальним комплексом культурних, історичних та природних пам'яток. На її території розташовано значна кількість рекреаційних об'єктів, що сформувалися завдяки особливому географічному положенню та історичному розвитку. Саме тому реальний потенціал розвитку туристичної галузі України є дуже високим. Завдяки чому, в перспективі готельний бізнес в Україні може зайняти одне з лідируючих місць у світі.

З одного боку, в контексті євроінтеграційних процесів, перед готелями України відкриваються значні можливості з залучення нових іноземних клієнтів, однак, на жаль, в силу цілого ряду організаційних, структурних, фінансових та інших причин далеко не всі вітчизняні готелі використовують ці можливості в і своїй діяльності.

З іншого боку, стан готельного бізнесу в Україні сьогодні переживає один з

найтяжчих часів в історії свого існування. Середня завантаженість готелів в Україні за результатами 2014 року склала лише 20% і це, враховуючи те, що вітчизняний фонд ліжко-місць в розрахунку на 1000 жителів є втричі меншим, ніж в середньому по Європі. Така ситуація змушує вітчизняні готелі функціонувати в умовах жорсткої конкуренції та орієнтації на споживача. Стає очевидним, що у визначених умовах ринок готельних послуг потребує суттєвого розширення клієнтської бази. Враховуючи постійне зниження рівня доходів українців (в контексті стрімкої девальвації національної валюти), залучення іноземних туристів в якості клієнтів вітчизняними готелями стає як ніколи актуальним.

Нижче ми розглянемо основні методи залучення іноземних клієнтів у практиці роботи готельних підприємств та оцінимо можливості застосування цих методів в умовах українських реалій.

Можливості використання передової практики в розвитку підприємств - бенчмаркінгу дозволяє нам виокремити наступні основні методи залучення іноземних клієнтів в готельному бізнесі:

1. Співпраця з міжнародними туристичними агентствами. В практиці роботи як вітчизняних, так і зарубіжних готелів співпраця з міжнародними туристичними агентствами є одним з основних методів залучення іноземних клієнтів. За даними дослідження, проведеного австралійським дослідницьким агентством IBISWorld, приблизно дві третини туристичних подорожей у світі здійснюється за посередництва туристичного агентства [4]. Водночас, серед туристів з високорозвинених країн частка тих, які довіряють організації своєї подорожі туристичним агентствам є навіть більшою. Це пов'язано з тим, що громадяни розвинутих країн не бажають витрачати багато часу на організацію мандрівки та багато уваги приділяють питанням безпеки.

За даними Американської асоціації туристичних агентств, туристичні агентства є лідерами в дистрибуції туристичних продуктів (рис. 1).

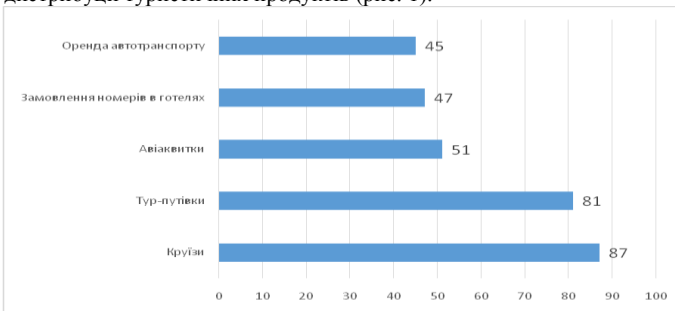


Рис. 1 Частка туристичних продуктів і послуг, які продаються за посередництва туристичних агентств, %

Джерело: складено автором за даними[5]

Дані рис. 1 свідчать, що 47% від загальної кількості замовлень номерів в готелях опосередковується туристичними агентствами. Саме тому, співпраця з міжнародними туристичними агентствами може суттєво збільшити потік іноземних клієнтів того чи іншого готелю.

2. Співпраця з міжнародними транспортними компаніями. Сутність цього методу залучення іноземних клієнтів полягає в тому, що готель повинен співпрацювати з транспортними компаніями, щоб максимально спростити процес транспортного

сполучення між готелем і його клієнтами. Для цього сучасні готелі укладають договори з транспортними компаніями щодо організації перевезень туристів. Велика увага, при цьому, приділяється екскурсійним і іншим розважальним заходам. Така співпраця є взаємовигідною. Так, транспортні компанії мають постійні перевезення пасажирів, а клієнти готелів можуть без пересадок і додаткових витрат добратися до «дверей готелю», що робить його послуги більш конкурентоздатними.

3. Впровадження передових стандартів якості обслуговування клієнтів. Жодна з поважуючих себе туристичних агенцій чи транспортних компаній не буде співпрацювати з готелями, якість послуг яких не відповідає передовим стандартам якості обслуговування клієнтів. Саме тому, якість обслуговування в готелях – це один з найважливіших показників ефективності функціонування готельних підприємств, об'єкт аналізу, планування і управління.

Система управління якістю готельних послуг повинна гарантувати клієнтові задоволення його запитів під час обслуговування в готелі, на усіх його етапах і у всіх ланках. Тому особливого значення набуває проблема розроблення та практичного застосування внутрішніх стандартів готельного підприємства, які визначають загальні складові якості надання готельних послуг.

Як зазначає А. В. Дубодєлова, не зважаючи на широкий спектр прийнятих законодавчих актів і нормативних матеріалів, пришвидшеного розвитку готельного бізнесу, якість обслуговування в більшості вітчизняних готелів залишається незадовільною [1, с. 130]. Поясненням цього, на думку вченої, є застарілість матеріально-технічної бази, брак коштів на її оновлення, недостатній склад і професійний рівень персоналу, відсутність стандартів обслуговування тощо. Ситуацію виходу на європейський ринок гальмує відсутність методологічного комплексного підходу до формування системи управління якістю готельних послуг і механізму регулювання тарифів в Україні.

На жаль, на думку О. В. Ольшанського, в найближчому майбутньому говорити про суттєве покращення якості обслуговування вітчизняних готелів не приходиться, оскільки впровадження стандартів ISO на підприємстві – це процес, що вимагає часу (1,5-2 роки) та великих коштів, якими вітчизняні готелі наразі не володіють [2, с. 266].

4. Забезпечення «багатомовності» середовища готелю. В умовах жорсткої конкуренції з метою залучення іноземних клієнтів вітчизняним готелям потрібно створювати «багатомовне» середовище, що, в свою чергу включає:

- створення багатомовної офіційної інтернет-сторінки. Так, в практиці більшості зарубіжних підприємств стандартним набором мов, які підтримуються їх офіційною інтернет-сторінкою є: англійська, німецька, іспанська, російська та китайська;

- залучення персоналу, що володіє іноземними мовами (особливо актуально для служби бронювання та реєстрації). З цим, на нашу думку, у вітчизняних готельних підприємств теж можуть виникнути певні складнощі, оскільки за даними дослідження, проведеного міжнародним центром з навчання англійської мови (EF Education First) рівень володіння англійською мовою в нашій країні є досить низьким. Так, серед європейських країн за цим показником Україна перебуває на останньому місці, поступаючись навіть Росії [3];

- дублювання назв страв в меню двома мовами (у практиці вітчизняних готелів це, зазвичай, українська і англійська, або російська і англійська);

- дублювання назв внутрішніх частин готелю та різник знаків та покажчиків двома мовами.

Підсумовуючи все вище сказане, доходимо до висновку, що в умовах євроінтеграції України вітчизняні готелі мають значні можливості щодо залучення іноземних клієнтів.

При цьому, з цією метою вони можуть скористатися передовим світовим досвідом, тобто бенчмаркінгом у цій сфері, основними напрямками якого є: співпраця з міжнародними туристичними агентствами та транспортними компаніями, впровадження міжнародних стандартів якості обслуговування та забезпечення «багатомовності» середовища готелю. На жаль, в силу обмеженості фінансового та людського потенціалу, не всі можливості з залучення іноземних клієнтів в реаліях переважної більшості вітчизняних готелів можна застосувати в повній мірі. Однак ті готелі, яким це вдасться, зможуть отримати значні конкурентні переваги.

Література

1. Дубодєлова А. В. Система управління якістю готельних послуг: методологічні аспекти / А. В. Дубодєлова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – № 611. – С. 130-134.
2. Ольшанський О. В. Проблеми впровадження міжнародних стандартів якості в операційну діяльність готелів / О. В. Ольшанський // Вісник Харківського державного університету харчування та торгівлі. – 2013. – №1. – С. 254-273.
3. Щорічник за 2013 рік / Державна служба статистики // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://library.oseu.edu.ua/files/StatSchorichnyk_Ukraine_2013.pdf
4. Global Travel Agency Services: Market Research Report / IBIS world // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ibisworld.com/industry/global/global-travel-agency-services.html>
5. Why Use a Travel Agent? / Powered by American Society of Travel Agents [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.travelsense.org/tips/whyuseanagent.cfm>

УДК 007:304

Бобрєцька Л.В., ст. викладач

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

СПОНСОРСЬКІ АКЦІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ РЕКЛАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В рекламній діяльності підприємства на даний момент все частіше використовують спонсорські акції як спосіб реклами. Спонсорство та благодійність - поняття, які досить часто плутають. У наші дні благодійність, як і спонсорство, в більшості випадків, розглядається як основна частина маркетингової діяльності. Серед різноманіття PR-інструментів, спонсорство та благодійність є чи не найпопулярнішими і успішними. З урахуванням того, що PR-діяльність в Україні розвивається порівняно недавно, вивчення спонсорства і благодійності з точки зору PR-технологій ще не закінчено. Сфери діяльності спонсорів постійно розширюються.

Зворотною стороною спонсорства є фандрайзинг, а саме, пошук інвестицій для своїх проєктів, тобто, пошук спонсорів. Вивчення цього виду діяльності, допомагає побачити спонсорство з іншого боку.

Для того, щоб спонсорство, як і благодійність, були ефективні з точки зору PR-технологій, варто врахувати безліч чинників. Якщо говорити про причини невдач для компанії, то вона одна – неправильно спланована акція: отримана віддача не виправдовує вкладені кошти.

Відповідно, успіх проєкту залежатиме від чіткого і правильного планування акції, заздалегідь обговорені тонких моментів, бажання компанії-спонсора активно брати участь у проєкті і грамотних виконавців.

Спонсорство здатне поліпшити імідж компанії набагато ефективніше прямої реклами. Спонсорська діяльність дозволяє створити і підтримати імідж організації. Тому спонсорська реклама стає все більш популярною. З точки зору PR, спонсорство

як комунікація нічим, за своєю суттю, не різниться від комплексної рекламної кампанії. Спонсорство – це інструмент маніпулювання свідомістю споживачів і є специфічною формою реклами. Цей інструмент дозволяє створювати і підтримувати позитивні стосунки між організацією та громадськістю. Ефективне спонсорство формує позитивний імідж компанії. Спонсорство не може радикально змінити думку споживачів, тому воно найефективніше на ранніх стадіях просування товару або послуги на ринку. З часом воно, швидше, тільки підсилює сформовані уявлення про товар або послугу. Тому за допомогою одного лише спонсорства компанія не може позбутися негативного іміджу.

У той час, коли компанії з позитивним іміджем можуть покращувати його за допомогою спонсорства, не змінюючи інші елементи маркетингового комплексу (якість продукту, ціна, розповсюдження), фірмі з негативним іміджем це не вдається. Доведеться для початку усунути причини незадоволення споживачів, а вже потім долучати спонсорство. Спонсорство дозволяє охопити специфічні цільові аудиторії, важкодоступні для інших маркетингових технологій. Неодмінною умовою ефективності спонсорської діяльності є тривалість. Постійне спонсорство сприймається як показник серйозних намірів компанії.

Спонсорство – це успішний засіб для створення переваги над безпосередніми конкурентами. Міцну репутацію знаходить не той, хто робить разові, нехай і грандіозні, грошові вливання, а той, хто систематично і послідовно працює в конкретному напрямку.

До спонсорських пакетів, зазвичай, додається медіаплан, де розписано, як буде популяризуватися марка. Це означає, що можна попередньо оцінити показники комунікативної ефективності: зростання знання марки і зростання лояльності серед цільових аудиторій. До даних медіаплану варто ставитися з обережністю і, при можливості, перевіряти їх. У будь-якому випадку, перед проведенням компанії спонсору на основі медіаплану необхідно оцінити наступне:

- якою є цільова аудиторія об'єкта, який спонсорується і наскільки вона перетинається з цільовою аудиторією компанії; скільки представників цільової аудиторії компанії буде на заході;
- чи заслуговують довіри організатори заходу, чи не постраждає репутація компанії від організаційних накладок?
- які ЗМІ висвітлюватимуть захід, і наскільки цільова аудиторія цих ЗМІ збігається з цільовою аудиторією компанії;
- скільки спонсорів взагалі (в тому числі, і конкурентів) і якою мірою буде серед них виділятися компанія, її товар або послуга;
- наскільки витрати на інформування 1000 осіб цільової аудиторії компанії відповідають очікуваному ефекту (слід зіставити ці дані з традиційною рекламною кампанією).

Даний вид реклами гарний тим, що він не обмежує спонсора рамками стандартів і форматів рекламних носіїв. У випадку зі спонсорством спонсор сам вирішує, якого формату та розміру буде банер, де його розмістити, як часто його показувати. Іншими словами, він повністю контролює процес демонстрації своєї реклами.

Зрозуміло, що аналіз ефективності включає в себе облік всієї наявної інформації. Надійними вважаються опитування на місці події та інтерв'ю відразу ж після неї. При аналізі ефективності важливо оцінити, що саме запам'ятали учасники події, у скількох людей і як змінилося ставлення до фірми, її товарів і послуг. Саме реальна поведінка - найбільш загальний і переконливий показник ефективності акцій. По закінченню спонсорського проекту необхідно з'ясувати, наскільки ефективними були цілі кампанії,

тобто, наскільки вони відповідали об'єктивним потребам. З'ясовується міра відповідності результатів поставленим цілям. Крім цього, оцінюється, наскільки ефективно були витрачені ресурси (гроші, час, співробітники) для отримання результату.

Література

1. Мирошніченко В.Поможем! Спонсорство на службі PR // PR в Росії – 2001. – № 5. – С.14-18.
2. Мирошніченко В.Поможем! Спонсорство на службі PR // PR в Росії. - 2001. - № 6. – С.19-20.
3. Лавренова М.М. Заходи за рахунок спонсорів. // Главбух, Галузеве додаток «Облік у сфері освіти». – 2004. – № 1. – С. 21-25.
4. Зв'язки з громадськістю як соціальна інженерія. / Под ред. В.А. Ачкасової, Л.В. Володіної. - СПб.: Мова, 2005. - 336 с.
5. Міжнародний центр спонсорства http://db.projectharmony.ru/login_user.php

УДК 338.244.2

Луценко Н.О., старший викладач

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ХАРАКТЕРНІ ОЗНАКИ ПРОЦЕСУ МЕДІАПЛАНУВАННЯ

У рекламній сфері досить багато невивченою і неоднозначного. Протягом останніх десяти років з'явилося безліч різноманітних маркетингових досліджень, на основі яких приймаються рішення про те, чи варто вкладати гроші в просування конкретного продукту, як його просувати, які канали комунікацій при цьому використовувати і т.д. Сучасна фірма для забезпечення свого успіху на ринку обов'язково використовує рекламу як опосередковану форму інформування про товар або послугу. При цьому завдання реклами полягає не тільки в тому, щоб повідомити про продукт, послуги, а й у тому, щоб викликати потрібну реакцію споживача. Важливу роль в управлінні рекламною діяльністю грає планування рекламних кампаній, і зокрема, медіапланування, яке необхідне для підвищення ефективності рекламної кампанії.

Медіапланування в широкому сенсі слова - це планування використання засобів реклами (медіа). У вузькому сенсі слова медіапланування - це вибір конкретних засобів реклами (кількох газет з групи, телепередач на телеканалах, адрес щитів зовнішньої реклами і т.д.), часу, місця виходу рекламних оголошень, їх розміру, тривалості, кількості, складання календарних графіків виходу оголошень на основі аналізу розміру і структури аудиторій засобів реклами [3].

Медіапланування - досить складний процес, який містить в собі кілька етапів. Починається цей процес із аналізу маркетингової ситуації для рекламодавця, який проводиться спільно з маркетологами. Потім визначається цільова аудиторія, яку необхідно охопити, і період розміщення реклами. І вже після цього починається розробка медіаплану, тобто схеми розміщення рекламного матеріалу. Важливу роль відіграє як вибір медіа, тобто засобів доставки повідомлення споживачам, так і ретельне позиціонування повідомлення в рекламній сітці обраного ЗМІ.

Результатом медіапланування є оптимальна схема розміщення рекламного повідомлення в ЗМІ та оптимальний розподіл рекламного бюджету, що забезпечують максимальний ефект від проведення рекламної кампанії. При цьому питання про оцінку ефективності розміщення рекламного повідомлення є досить складним, і на сьогоднішній день не існує єдиної думки на цей рахунок.

Поняття ефективності в рекламі, з одного боку, тісно пов'язане з поняттям

економічної ефективності взагалі, а з іншого - має свою власну специфіку. Найбільш загальне визначення ефективності - це співвідношення результату і витрат, здійснених для досягнення даного результату. В принципі, це визначення підходить і до ефективності реклами, де в якості результату рекламної діяльності - зростання обсягу продажів, а в якості витрат - сукупні витрати на досягнення даної мети.

Однак існують деякі особливості, які необхідно враховувати при оцінці ефективності реклами. По-перше, не завжди можна точно визначити результат, отриманий при реалізації рекламних заходів. На кінцеву ефективність рекламної діяльності впливають як внутрішні чинники (ефективність рекламної стратегії, ефективність рекламної продукції та ефективність медіаплану), що залежать від самого рекламодавця або його рекламного агентства, так і зовнішні, незалежні від дій ні рекламодавця, ні агентства (кон'юнктура на ринку, поведінка конкурентів, зміни в поведінці споживачів, вплив держави на ринок і т.д.).

По-друге, ефективність рекламної діяльності для різних суб'єктів рекламного ринку є різною і проявляється по-різному [2].

До того ж велике значення має формулювання мети рекламної кампанії, адже саме показник ступеня досягнення мети дозволяє визначити ефективність реклами. Мета рекламної кампанії не завжди може бути чітко сформульована. В одних випадках це пов'язано з невмінням рекламодавця або агентства поставити мету, в інших, з тим, що в рамках даної рекламної діяльності складно сформулювати мету. Іноді мета може бути досить чітко визначена, але не має якого-небудь кількісного вираження. Це характерно для іміджевої реклами, де в якості цілей можуть виступати підвищення інформованості про діяльність фірми, створення більш сприятливого образу рекламодавця тощо.

Медіапланування виступає процесом прийняття взаємопов'язаних рішень, які призводять до отримання відповіді на головні питання рекламодавця: "Яким способом найкраще передати інформацію про мій товар або послугу (імені тощо) потенційним споживачам?"

Ось деякі питання (далеко не всі), на які медіа-планувальник повинен дати обґрунтовану відповідь, і відповідно прийняти рішення:

- Скільки потенційних покупців мого продукту має бути охоплено рекламою?
- На яких інформаційних засобах іносіях необхідно розмістити рекламу?
- Скільки разів потенційний покупець повинен побачити мою рекламу?
- Коли краще розміщувати рекламу (наприклад, у вересні, жовтні або грудні)?
- На які регіони України необхідно звернути підвищену увагу?
- Скільки грошей потрібно витратити на кожен інформаційний засіб (на телебачення, радіо, листи, газети тощо)?

Медіа-план - це документ, який дає обґрунтовані відповіді на ці та інші питання, при цьому кожне питання (і відповідно - відповідь), - це крок вперед на шляху до відповіді на головне питання маркетингової проблеми рекламодавця [4].

Прикладами маркетингових проблем можуть бути: погане ставлення до вашої (для агентств, зрозуміло, вашого клієнта) компанії, негативне сприйняття імені компанії, падіння продажів, необхідність збільшити обсяг продажів (не завжди наслідок попередньої проблеми) і так далі. У деяких випадках, проблема може бути вирішена за допомогою інформування потенційних або існуючих покупців, партнерів по бізнесу, представників владних структур, або кого-небудь ще про щось, що здатне змінити думку, поведінку, плани, і т.п. того, кого ви інформуйте.

Зрозуміло, що необхідність когось про щось поінформувати настійно вимагає вибору засобів інформації та використання носіїв інформації, що належать обраним засобам.

Однак до того, як буде покликаний медіа-планувальник, щоб вибирати засоби і носії інформації, потрібно прийняти ще ряд рішень. Ці рішення в сукупності прийнято називати креативною, або творчою, рекламною стратегією. Вона складається з наступних елементів:

- опис того, як ваш продукт задовольняє - і які - потреби споживачів;
- опис того, в якому вигляді ваш продукт повинен перебувати в рекламному оголошенні;
- кількість і розмір різних видів ваших рекламних оголошень;
- опис тем рекламних оголошень;
- опис цілей кожного рекламного оголошення.

Варто зазначити, що неможливість отримання абсолютно точних даних не говорить про недоцільність спроб визначення ефективності взагалі. По-перше, розглянуті вище обмеження не завжди діють. По-друге, отримання навіть не абсолютно точного кількісного результату, але все ж результату, або навіть лише напрямку зміни ефективності рекламної продукції також може бути предметом серйозного аналізу і підставою (з деякими обмеженнями) для прийняття рішення. По-третє, неможливість отримання повної картини змін ефективності рекламної діяльності не повинна заважати оцінці ефективності при вирішенні локальних завдань, наприклад, при визначенні доцільності розміщення реклами в тих чи інших засобах масової інформації [1].

На рекламному ринку існує ланцюжок взаємодій його суб'єктів, що беруть участь у рекламній кампанії (рис. 1).



Рис. 1. Інформаційні взаємозв'язки учасників рекламного ринку

Для рекламодавця, при правильній постановці мети, ефективність розраховується шляхом ділення результату (ступеня досягнення мети) на витрати. Для нього важливо, щоб була досягнута мета і вдалося вкластися у виділений бюджет. При цьому кінцевою метою рекламодавця є збільшення обсягу продажів. Для рекламного агентства важливо отримати максимальний прибуток, досягнувши при цьому поставленої мети і вклавшись у бюджет. Тому необхідно скласти такий план рекламної кампанії, який одночасно буде вигідним для рекламодавця і гарантуватиме прибуток для агентства та визначити можливі варіанти, при яких для рекламного агентства конкретна рекламна кампанія може бути дуже ефективною, а для рекламодавця не дуже, і навпаки.

Література

1. Бузин В.Н. Медиапланирование для практиков / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. – М.: Вершина, 2006. – 448 с.
2. Климин, А.И. Медиапланирование своими силами. Готовые маркетинговые решения / А.И. Климин. – СПб.: Питер, 2008. – 192 с.

3. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент: навч. посіб. [для студ. вищих закл.] / Т.І. Лук'янець. – КНЕУ, 2010. – 283с.

4. Основи реклами і зв'язків з громадськістю : підручник. / За заг. Ред. В.Ф.Іванован, В.В.Різуна. – К.: Видавнично-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 431 с.

5. <http://www.grp.ru/> – сайт медіапланування по GRP.

6. <http://www.sostav.ru/> – сайт про медіавиміри.

УДК 339.138

Росола У.В., асистент

Мукачівський державний університет

МЕРЧАНДАЙЗИНГ ЯК ОДИН З НАПРЯМІВ ВПЛИВУ НА ПОКУПЦЯ

Комплекс маркетингу підприємства є основним, і на нашу думку, найважливішим інструментом засобів впливу на покупця для досягнення запланованих цілей. Посилення дії складових елементів комплексу маркетингових комунікацій нерозривно пов'язане поняття "мерчандайзинг".

Розміщення відділів, обладнання, товарів згідно правил мерчандайзинга в поєднанні з інформаційним супроводом (реклама, доступне та зрозуміле маркування товарів, інформаційні матеріали та інше) дозволяє активізувати, ціленаправлено концентрувати і раціонально розподіляти увагу та інші пізнавальні ресурси покупців.

Особливе місце займає асортимент, оскільки при мерчандайзинговому підході виходять із широти і глибини асортименту, структури потреб, взаємозв'язку між покупками, ролей і статусів груп та видів товарів. Саме баланс між цими складовими торговельного бізнесу, а також правильне розподілення уваги та інших пізнавальних ресурсів відвідувача магазину відносно кожного відділу (секції), товару чи торговельної марки дають йому можливість зробити висновки про те, що асортимент товарів повний.

Мерчандайзинг як ефективний засіб продажу товарів виник внаслідок значної конкуренції між виробниками. Дана технологія успішно використовується лідерами роздрібною торгівлі в розвинутих країнах Західної Європи, Америці, Азії. Першими компаніями, що почали активно застосовувати принципи та методи мерчандайзингу були такі іноземні компанії як The Coca-Cola Company, PEPSICO, Nestle, P&G та інші. Під впливом таких транснаціональних компаній були змушені активно вивчити мерчандайзинг та активно його застосовувати в своїй діяльності і вітчизняні компанії-виробники.

Сучасний економічний словник визначає мерчандайзинг досить вузько: як підготовку до продажу товарів в роздрібній мережі: оформлення торговельних прилавоків, вітрин, розміщення самого товару в торговельній залі, представлення відомостей безпосередньо про товар.

Мерчандайзинг – комплекс заходів, спрямованих на стимулювання роздрібних продажів через залучення уваги кінцевих покупців до марок і певних груп товарів за допомогою найбільш вигідного розміщення їх та P.O.S матеріалів в торгових залах і на прилавках магазинів [1].

На сучасному етапі застосування мерчандайзингу в процесі організації торгівлі – правильна ознака використання сучасних, передових технологій продажів підприємства, а також показник компетентності керівництва компанії. Будь-якому підприємству, що працює на ринку споживчих товарів, необхідно подбати не лише про якість та актуальність випускаємої продукції, про своєчасну доставку товарів у торгові точки. Умови конкурентної боротьби в сучасних умовах потребують використання ефективних технологій побудови бізнесу в магазинах саме згідно правил

мерчандайзингу.

Таким чином, мерчандайзинг стає дієвим фактором успіху в напруженій боротьбі за нові ринки, переможцями в якій стануть підприємства, що володіють його принципами та методики застосування. Знання основ мерчандайзинга виведе роздрібний торговий бізнес та систему обслуговування покупців на якісно новий культурний та діловий рівень. В завдання мерчандайзингу входить не лише збільшення об'ємів продажів, прибутку та вдосконалення торгово-технологічного процесу, створення виважених комбінацій та поєднання товарів та товарних груп, але і формування мотивів для покупки, задоволення потреб в повному об'ємі та створення умов для співпраці між покупцями, працівниками торговельного залу та товарами.

Суттєве скорочення вагомих подразників в торговельному залі створить більш комфортні умови для відвідувачів та налаштує їх на доброзичливу атмосферу, дозволить формувати репутацію підприємства з позитивним відношенням до клієнтів та ненав'язливою комунікаційною політикою.

Отже, можна зробити висновки, що на сучасному етапі, застосовуючи передові методики торговельних процесів, підприємства можуть досягнути значних успіхів в продажах товарів та зробити свій бізнес успішним.

Література

1. Мерчандайзинг – прогулка по магазину по всім правилам / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://btl-forsage.com.ua/articles/merchendaizing-progulka-po-magazinu-po-vsem-prav.html>

УДК 658.7.012.6:629 (477)

Короткий Ю.В., аспірант

Запорізький національний університет

ІНТЕГРАЦІЙНА ВЗАЄМОДІЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЛОГІСТИКИ І МАРКЕТИНГУ В МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Машинобудівна індустрія, яка сполучає безліч виробників інтелектуальних і матеріальних цінностей та складових галузі з ринком і доводить результати їх праці до кінцевого споживача, діє мультиплікаційно на економіку.

В сучасних умовах бізнесу для успішного існування підприємства на ринку, необхідна тісна взаємодія маркетингових і логістичних структур компанії, можливо, навіть об'єднання їх функцій в рамках одного підрозділу.

В умовах нестабільного зовнішнього середовища машинобудівельні підприємства знаходяться в постійному взаємозв'язку, оскільки ринок є для підприємства одночасно і джерелом утворення потокових процесів (закупівля ресурсів) і кінцевою метою їх руху (збут готовій продукції).

До суб'єктивних чинників, що впливають на формування господарських зв'язків машинобудівних підприємств, і що обумовлюють необхідність їх логістизації слід віднести:

- досить високий ступінь монополізації машинобудівного виробництва і суміжних з ним галузей;
- концентрацію машинобудівного виробництва, що історично склалася в Україні, на крупних промислових підприємствах;
- яскраво виражену спеціалізацію окремих машинобудівних підприємств, що не завжди відповідає вимогам ринку;
- необхідність підвищення інвестиційної привабливості машинобудівного виробництва;

- існуючі умови конкуренції на вітчизняному і зарубіжному ринках продукції машинобудування [1].

Проведене нами дослідження дозволило виявити ряд основних особливостей організації і управління потоковими процесами машинобудівних підприємств, до яких належать:

- наявність тісних економічних взаємозв'язків логістичної системи управління поточними процесами конкретного машинобудівного підприємства із зовнішнім середовищем;

- необхідність інтеграції виробничих поточних процесів усередині машинобудівного підприємства;

- наявність специфіки багатоступінчастого машинобудівного виробництва;

- перебування продукту у виробничому циклі протягом довгого часу, що обумовлене специфікою використання складних технологій у виробництві машинобудівної продукції;

- необхідність організації сервісного обслуговування споживачів машинобудівної продукції, що включає гарантійне і гарантійне для поста обслуговування.

Вищеперераховані особливості організації і управління потоковими процесами в машинобудівному виробництві повинні обов'язково враховуватися при встановленні господарських зв'язків машинобудівних підприємств та їх логістизації, що передбачає створення логістичних систем, логістичних ланцюгів і інших логістичних утворень у вітчизняному машинобудівному комплексі [2].

Підвищення результативності діяльності машинобудівного підприємства можливе за умови впровадження системної оптимізації всіх процесів забезпечення, виробництва і збуту продукції, тобто за рахунок системного використання сучасних логістичних технологій.

Більшість підприємств машинобудування довгий час намагалися виробляти все власними силами і лише останніми роками, зважаючи на посилення конкуренції на ринку та реальну загрозу зниження прибутковості бізнесу, стали вдаватися до аутсорсингу, як ефективної форми організації процесів створення доданої вартості в економіці. Але, зважаючи на можливість використання ресурсів інших організацій з можливостями розвитку власного виробництва, керівництво підприємства впритул наблизилися до вирішення проблеми «виробляти або купити» («make or buy»). Передача власних функцій на аутсорсинг має бути економічно доцільною, аби не вийшло так, що самі підприємства виконали б ці функції з меншими витратами, ніж є можливість купити їх на ринку.

Сьогодні впровадження сучасних логістичних технологій на машинобудівних підприємствах визначається наступними чинниками:

- тенденцією до задоволення зростаючих вимог споживача і поступовим переходом від штотвоячої моделі виробництва до тягнучої;

- в рамках конкурентної боротьби необхідністю зниження логістичних витрат;

- приходом на вітчизняний ринок провідних зарубіжних виробників, що висувають постачальникам жорсткі вимоги щодо якості та логістики.

Протягом довгого часу технічне обслуговування до і після продажу товарів тривалого користування відступало на задній план на тлі складних завдань в області оновлення технологій або завоювання нових ринків збуту. Вважалося навіть, що воно не принесе безпосереднього прибутку. Тому для забезпечення конкурентоспроможності продукції і самих підприємств машинобудівної галузі необхідно розвивати і удосконалювати сферу технічного і логістичного сервісу.

Таким чином, інтеграційна взаємодія інструментів логістики і маркетингу в

машинобудуванні, синергетичний ефект від цієї взаємодії, всеосяжна концепція маркетингу у поєднанні з розвитком електронних процесів в маркетингу і логістиці, включаючи систему управління матеріальними потоками на підприємстві (канбан, JIT, JIS, Lean production), вдосконалення закупівельної, виробничої, розподільної, сервісної логістики дозволить, на наш погляд, вирішувати актуальні завдання в області оновлення технології і завоювання нових ринків збуту.

Література

1. Гобеджішвілі К. А. Управління багатомономенклатурними запасами автомобільних запасних частин - стратегія кратних періодів //Логістика і управління ланцюгами постачань. - 2010. - №04(39). - С. 60 -64.

2. Маркетинг і Логістика: конфлікт або взаємодія. - <http://www.advanter.ua/articles.php?articleid=31>

УДК 656. 7. 072 (042.3)

Маліношевська К.І., *здобувач*

фінансовий директор ТОВ «Хайлайн Медіа»

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ В АЕРОПОРТАХ

Одним з основних напрямків розвитку сучасного виробництва за останні два десятиріччя є стрімке розширення сфери послуг. Аналіз показує, що в міру розвитку промислового виробництва і насичення ринку товарами попит зростає, насамперед, на послуги. Крім того, зазначена ситуація призводить до утворення нових видів діяльності і, насамперед, у сфері послуг.

Якісне та стабільне функціонування повітряного пасажирського транспорту забезпечує повноцінний розвиток економіки регіонів і країни в цілому, є одним з показників якості життя населення.

Забезпечення встановленого рівня якості обслуговування авіакомпанії являє собою складну задачу для аеропорту. Для забезпечення встановлених вимог щодо рівня якості надання послуг необхідно здійснити ряд заходів, які вимагають фінансових витрат. Зі збільшенням рівня якості обслуговування, витрати на якість збільшуються, між тим будь-яка авіакомпанія зацікавлена у збільшенні прибутку з найменшими витратами. Економія витрат може бути досягнута в результаті дослідження і попередження причин виникнення витрат. В даний час при формуванні структури управління аеропортами повинен враховуватися ряд факторів.

- функції і цілі аеропорту (або групи аеропортів);
- кількість аеропортів та їх географічне розташування (якщо вони функціонують як група);
- розмір аеропорту (визначається обсягом перевезень), визначає ступінь зручності або концентрації окремих функцій підрозділів;
- види перевезень (міжнародні, місцеві, цивільні або вільні);
- ступінь фінансового стану (прибутковий або збитковий) і автономії.

На сьогодні заходи по підвищенню якості обслуговування в аеропортах повинні бути спрямовані на визначенні сукупності вимог авіакомпанії, що зацікавлена у діяльності аеропорту, що надає комплекс послуг та сукупності показників якості послуги, а також, на основі встановленої залежності між вимогами та показниками якості з урахуванням їх взаємного впливу один на одного, формування вибірки показників якості в залежності від заданих параметрів послуги.

При всій різноманітності підходів по підвищенню якості обслуговування в

аеропортах постає питання вибору підходу, який би забезпечував гармонізацію відомих методів, що застосовуються у вирішенні окремих завдань управління.

На системі управління базується підсистема управління організацією. Від ступеня наповнення системи управління якістю і своєчасності інформації залежить ефективність системи управління в цілому.

Отже, при розробленні політики управління якістю аеропортів необхідно дотримуватися таких умов: вироблення перспектив щодо покращення якості наданих послуг, дотримуватися цілей по якості у всьому аеропорті; дотримуватися виконання зобов'язання вищого керівництва в області якості і надавати необхідні кошти для досягнення цієї якості; забезпечувати виконання зобов'язань по якості на всіх рівнях діяльності аеропортів при чіткому управлінні з боку керівництва, прийняття і впровадження ефективних управлінських рішень в області підтримання діяльності аеропортів; високого рівня сервісу наданих послуг; підвищення якості обслуговування в аеропортах, забезпечення стратегічного розвитку аеропортів.

УДК 651. 4/9:004 (043)

Петрук С.В., аспірант
Наконечна О.А., к.т.н., доцент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ДОКУМЕНТАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Для сучасної України вдосконалення роботи органів місцевого самоврядування (далі – ОМС) є одним з актуальних завдань, що потребує науково обґрунтованих підходів. Належна організація функціонування цих органів забезпечує успішний розвиток держави, зокрема її соціально-економічну та політичну стабільність [1].

Застосування підходів інформаційного менеджменту забезпечує використання інформації як стратегічного ресурсу для розвитку ОМС, організації ефективної роботи інформаційних служб у структурі ОМС. Об'єктом інформаційного менеджменту є інформаційна система ОМС, яка складається з сукупності засобів збору, обробки, передання, збереження інформації, включаючи персонал, який здійснює ці дії. Предметом інформаційного менеджменту є знання про ефективний розвиток і використання інформаційної системи в інфраструктурі ОМС з метою підвищення якості процесів управління та продуктивного функціонування ОМС в системі органів публічної влади України. Нові інформаційно-управлінські технології передбачають здобуття інформації про функціонування і динаміку об'єкту управління у режимі постійного спостереження (моніторингу), що дозволяє ефективно реагувати на результати окремих управлінських рішень і надавати їх коректуванню, при необхідності [1-2].

Запровадження електронного документообігу в ОМС дозволяє підвищити ефективність функціонування усіх складових системи управління: прискорити рух документів, забезпечити своєчасність їх розгляду, скоротити строки підготовки та прийняття управлінських рішень шляхом автоматизації процесів колективного створення та використання документів, підвищити якість рішень за рахунок надання виконавцю максимально повної бази документів, значно знизити витрати на розмноження, передачу і збереження копій паперових документів, а отже й підвищити ефективність роботи, як окремих службовців, так і конкретного органу місцевого самоврядування. Враховуючи вищевикладене, виникла необхідність детального

дослідження документального забезпечення діяльності ОМС з застосуванням методології інформаційного менеджменту та удосконалення його існуючих методів в ОМС.

Поставлене завдання потребує огляду функціональних можливостей систем електронного документообігу (далі – СЕД). Функції СЕД в документально-інформаційному забезпеченні системи управління наступні: підвищення якості підготовки документів; посилення виконавської дисципліни; прискорення обміну інформацією між організаціями; спрощення процедури прийняття рішень; скорочення кількості помилок і зловживань при роботі з громадянами і організаціями; підвищення авторитету ОМС у громадській думці; прискорення і спрощення інформаційних процесів; підвищення гнучкості й керованості процесів передавання інформації; забезпечення прозорості прийняття рішень і необхідного контролю суспільства в особі місцевих територіальних громад за діяльністю ОМС.

До функціональних можливостей СЕД відносяться: реєстрація документів; контроль виконання; маршрутизація об'єктів документообігу (workflow-підсистема); колективна робота з документами; нормативно-довідкова інформація; пошук; звітність та адміністрування. Основними вимогами до СЕД: масштабованість, розподіленість, модальність, відкритість.

СЕД повинна бути налаштована на положення і вимоги Типового порядку здійснення електронного документообігу в органах виконавчої влади, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 28 жовтня 2004 р. № 1453 та Типової інструкції з діловодства у центральних органах виконавчої влади, Раді міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих органах виконавчої влади, затвердженої Постановою Кабінету Міністрів України від 30.11.2011р. № 1242.

На сучасному інформаційному ринку представлено досить широкий спектр СЕД, таких як: БОСС-Референт, ДЕЛО, Евфрат-документооборот, ОРТІМА-WorkFlow, АСКОД та ін., які ефективно використовуються різними державними установами, банками, комунальними та комерційними підприємствами [2].

Автоматизована система контролю й організації діловодства АСКОД – це комплексне рішення, що забезпечує нагромадження і систематизацію неструктурованої інформації, підтримку орієнтованих на документи ділових процесів і можливість аналізу інформації [4].

АСКОД класифікується як система автоматизації процесів реєстрації, обробки, проходження і контролю виконання службової кореспонденції, внутрішніх документів і звернень громадян, крім того, вона розрахована на використання фахівцями діловодства в міністерствах, відомствах, установах. Система впроваджена й успішно функціонує в Секретаріаті Президента України, Національному банку України і його регіональних управліннях і установах, МНС України, Київській обласній адміністрації, комерційних банках і окремих міністерствах [4].

Система АСКОД орієнтована на вітчизняне діловодство і підтримує виконання таких функцій: виконання уніфікованих технологічних процедур проходження, передачі й обробки документів у підрозділах установи; введення в базу даних, нагромадження і надійне збереження документів і реєстраційних карток з обов'язковим контролем щодо їх відповідності заздалегідь встановленим правилам введення інформації; автоматизований контроль показників і ідентифікаційних кодів; компонування структури реєстраційної картки за допомогою різних полів і переліків; актуалізація нормативно-довідкової інформації (класифікаторів і довідників) на основі загальноприйнятої системи класифікації і кодування; оперативний пошук реєстраційних карток за будь-якими реквізитами; наскрізний контроль; підтримка

шаблонів друкованих документів, перехресних посилань між реєстраційними картками документів; формування, перегляд і друкування різноманітних переліків, таблиць і довідок у виді фіксованих форм з можливістю добору даних за визначеними критеріями; генерації довільних аналітичних довідок за запитами користувача (АСКОД Корпоративний); відправлення, прийом і обробка кореспонденції засобами електронної пошти (АСКОД Корпоративний); створення тимчасових і використання встановлених схем розсилання документів у виді переліку адресатів з відповідними поштовими й іншими реквізитами (АСКОД Корпоративний); забезпечення обробки відповідних квитанцій у режимі електронної пошти з метою контролю за проходженням документів і надання інформації про час одержання документів адресатами-користувачами АСКОД (АСКОД Корпоративний); створення і підтримка архівних даних за попередні роки; функціонування механізму керування ходом робіт (workflow), який забезпечує обробку і передачу документів між користувачами системи; встановлення різних прав доступу користувачів; інтерфейс з аналогічними системами для забезпечення взаємодії з відповідними програмними засобами третіх фірм (АСКОД Корпоративний); автоматична обробка звернень громадян, зафіксованих на офіційному веб-сайті); надання допомоги у виді підказок щодо призначення команд і кнопок, вивід на екран інструкцій [4].

Базовим інформаційним об'єктом в системі АСКОД виступає реєстраційна картка документа, що дозволяє реєструвати документи, для яких існують електронні копії так і документи у паперовому вигляді.

Система АСКОД автоматизує виконання наступних процесів: реєстрація й обробка вхідної кореспонденції; реєстрація й обробка вихідної кореспонденції; реєстрація й обробка нормативно-розпорядчих документів; реєстрація й обробка звернень громадян; контроль виконання; робота з взаємозалежними документами; формування статистичних довідок; обробка електронних копій документів; функції електронної пошти; передача документів.

Модуль «Шаблони документів документообігу» забезпечує автоматизоване швидке та просте створення нових типових документів, що потребуватиме мінімальної участі користувача, що в свою чергу, в деяких випадках, зводитиметься до вибору виду шаблону документа та своєчасного роздрукування документу.

Модуль «Заявка на закупівлю» призначений для автоматизації оформлення заявки на закупівлю, модуль розміщений у групі модулів «Мій кабінет».

Модуль «АСКОД сьогодні» призначено для відображення зведеної поточної інформації про документообіг та події в АСКОД для користувача з можливістю швидкого переходу у необхідні модулі системи. Користувачу надається інформація про наявність і кількість повідомлень, документів та завдань, а також посилання для швидкого переходу до відповідних переліків.

Модуль «Маршрутизатор документів» забезпечує пересилання документів на робочі місця виконавців, збір інформації про поточний статус документів, консолідація документів за завершенням роботи з ними на окремих етапах, а також забезпечення засобів доступу до інформації про поточний стан робіт з документами.

Модуль «Повідомлення» (підсистема оповіщення) призначена для розсилання повідомлень спеціальними внутрішніми засобами системи або засобами електронної пошти.

Модуль «АСКОД-Web» забезпечує доступ до можливостей системи «АСКОД» через веб-інтерфейс; імітує роботу клієнтського додатку системи, і відповідно охоплює наступні аспекти документообігу: обробку вхідної, вихідної, внутрішньо-розпорядчої кореспонденції, а також звернень громадян та контроль проходження та виконання

документів.

Модуль реалізований з використанням сучасних засобів проектування систем, на основі 3 - х рівневої клієнт-серверної архітектури.

Модуль «Електронний архів» забезпечує автоматизацію роботи архівного підрозділу. «Електронний архів» забезпечує автоматизацію роботи архівних підрозділів та створення ефективного, надійного електронного архіву документів: реєстрація документів і справ; оформлення справ, облік виданих справ; автоматизація щорічної експертизи цінності архівних документів, включаючи відбір документів на державне зберігання, контроль строків їхнього зберігання, виділення справ до знищення; автоматизація процесів переміщення та знищення архівних документів; імпорт електронних документів з системи АСКОД або інших систем.

Таким чином, основним з можливих технологічних рішень, яке дасть змогу реформувати систему державного управління в ОМС у відповідності з потребами демократичних реформ та вимогами інформаційного суспільства є система електронного документообігу АСКОД.

Система АСКОД дозволяє ефективно реагувати на результати окремих управлінських рішень і піддавати їх коректуванню, при необхідності (реєстрація й обробка вхідної кореспонденції; реєстрація й обробка вихідної кореспонденції; реєстрація й обробка нормативно-розпорядчих документів; реєстрація й обробка звернень громадян; контроль виконання; робота з взаємозалежними документами; формування статистичних довідок; обробка електронних копій документів; функції електронної пошти; передача документів тощо.), а також дозволяє отримати інформацію про функціонування і динаміку об'єкту управління у режимі постійного спостереження.

Література

1. Білорусов С.Г., Попов С.А. Модель інформаційно-аналітичного супроводу діяльності регіональних органів державного управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/14.NTP_2007/Gosupravlenie/21558.doc.htm.
2. Нижник Н. Р. Інформаційні технології в структурах державної служби [Електронний ресурс] / Н.Р. Нижник, Г.І. Леліков. – Режим доступу: http://www.bezpeka.com/library/asp/asp_9.html.
3. Офіційний сайт Державного комітету зв'язку та інформатизації України [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://stc.cg.ukrtel.net/about/str2_infdoc.html.
4. Стислий опис системи електронного документообігу АСКОД [Електронний ресурс] / Центр комп'ютерних технологій «ІнфоПлюс». – Режим доступу: www.docflow.ua/products/ackod.pdf.

УДК 330.46

Перхун Лариса Петрівна

Національна академія статистики, обліку та аудиту, м.Київ

МОДЕЛЬ ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНЦІ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Останнім часом у зв'язку з демографічної кризою практично всі вищі навчальні заклади стикаються з проблемою набору студентів. Щоб магі успіх, ВНЗ повинні вивчати своїх конкурентів, їх досягнення, пріоритети, сильні і слабкі сторони тощо.

Модель оцінки рівня конкуренції на ринку освітніх послуг ґрунтується на показниках концентрації, для яких була проведена нормалізація. В результаті допустимі значення кожного з показників опинились у межах [0;1] і стали здійснювати стимулюючий вплив на конкуренцію (табл. 1).

Таблиця 1. Показники концентрації ринку освітніх послуг

№	Позначення у моделі	Назва показника	Вплив на рівень конкуренції	Формула нормалізації
1	F1	Індекс Герфіндаля-Гіршмана (<i>HHI</i>)	дестимулюючий	$F1=1-HHI$
2	F2	Індекс ентропії (<i>E</i>)	стимулюючий	$F2 = \frac{E}{\ln(N)}$
3	F3	Індекс Холла-Тайдмана (<i>HT</i>)	дестимулюючий	$F3=1-HT$
4	F4	Індекс Джині (<i>G</i>)	дестимулюючий	$F4=1-G$
5	F5	Індекс дисперсії (σ^2)	дестимулюючий	$F5=1-\sigma^2$
6	F6	Індекс концентрації (<i>CR</i>)	стимулюючий	$F6=CR$

Вагомість кожного показника (k_i) оцінювалась експертами і розраховувалась за допомогою правила Фішберна:

$$k_i = \frac{2(N-n+1)}{N(N+1)} \quad (1)$$

де k_i – ваговий коефіцієнт i -го показника;

n – ранг показника;

N – загальна кількість показників.

За результатами експертного опитування було встановлено, що найбільш вагомими є перші 4 індекси, потім наступні 4, і найменш вагомий - показник дисперсії часток та концентрації. Отримано такі значення:

$$k_1 = k_2 = k_3 = k_4 = 0,1545 ; k_5 = k_6 = k_7 = k_8 = 0,0818 ; k_9 = k_{10} = 0,0273$$

Рівень конкуренції на ринку освітніх послуг пропонується оцінювати за допомогою інтегрального показника I , отриманого за адитивною згортою з урахуванням лінійного пріоритету:

$$I = \sum_{i=1}^n k_i F_i \quad (2)$$

де F_i – нормовані показники;

k_i – вагові коефіцієнти; $n=1, 2, \dots, 6$.

Схематично модель оцінки рівня конкуренції на ринку освітніх послуг представлена на рис. 1. Вона містить три блоки: блок з вхідними даними, блок з розрахунками, та блок з вихідними даними.

Інтерпретація значень інтегрального показника рівня конкуренції на ринку освітніх послуг наведена в таблиці 2.

Таблиця 2. Вид ринку залежно від значень інтегрального показника рівня конкуренції

Значення індексу	Вид ринку
від 0 до 0,25	монопольний
від 0,25 до 0,5	олігопольний
від 0,5 до 0,75	монополістичної конкуренції
від 0,75 до 1	конкурентний

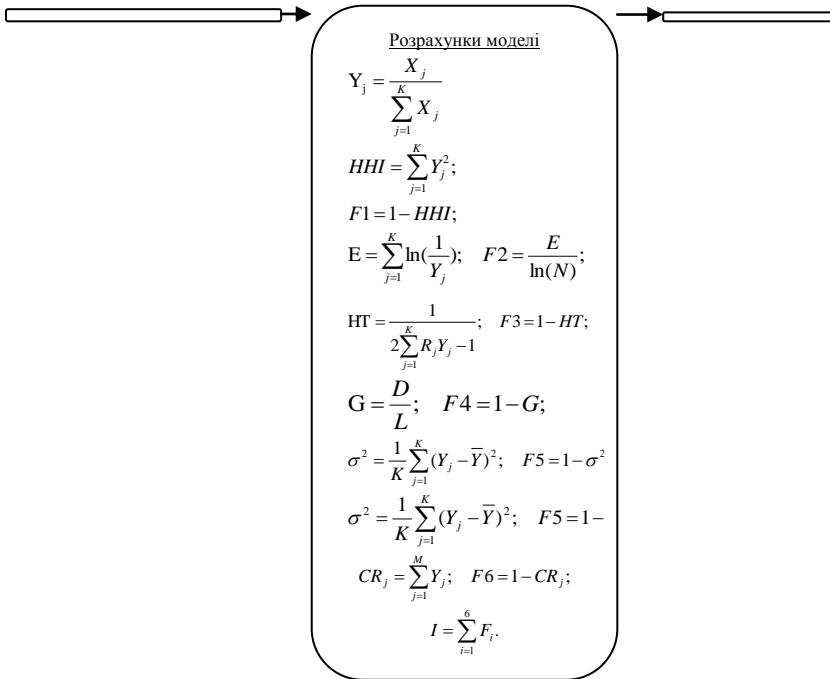


Рис. 1. Схема моделі оцінки рівня конкуренції на ринку освітніх послуг

Література

1. Слоква М.Г. Сегментація продуцентів локального ринку послуг вищої освіти // Регіональні перспективи. – Кременчук: Асоціація “Перспектива”, 2001. - №5-6 (18-19). - С.145-149.
2. Кратт О.А., Слоква М.Г. Методика маркетингового дослідження оферентів послуг повної вищої освіти // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – Тернопіль: Економічна думка, 2002. – №5. – С. 118-124.

УДК 334.012:378.4

Плисенко Г.П., здобувач

Київський національний університет технологій та дизайну

**ЕКОНОМІКО-ПРЕДМЕТНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ
БРЕНДИНґУ ЯК ФАКТОРУ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНИХ КОНКУРЕНТНИХ
ПЕРЕВАГ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

Брендинг почав розвиватися від товарів масового споживання (особливо продуктів легкої і харчової промисловості) і досягнув того рівня, що може проникати у всі аспекти суспільного та економічного життя. Принципи брендингу застосовуються у всіх сферах не тільки як торгові марки і пов'язані з ними логотипи і символи, і спілкування зі споживачами, але також і в інших областях некомерційного життя, таких як освіта, охорона здоров'я, спорт і навіть релігія. Сучасний менеджмент в просуванні освітніх послуг все частіше базується на теорії і механізмах сучасного брендингу. Бренд-менеджери створюють довгострокові проекти, об'єктом яких є бренд і

необхідність його розвитку (в деяких випадках створення) і підтримка успішності реалізації.

Бренд необхідно розуміти, як сутність, що еволюціонує [3]. У даному випадку мається на увазі, що бренд еволюціонує в часі, і, перетворюючи з «небрендovanого предмету споживання» у «відношення», змінює зв'язок між виробником і споживачем. Побудова бренду як особистості дозволяє домогтися чіткого зворотного зв'язку від споживачів, що попадають у цільову групу, на яку спрямований бренд. Тобто, можна бачити, що при виборі того чи іншого товару або послуги, на споживача впливає набір усіляких відчуттів і знань, що пов'язані із утилітарними та символічними цінностями, які залежать від конкретних бажань і потреб споживачів, що в свою чергу формують образ бренду у своїй свідомості.

Поступово протягом часу поняття бренд почало трансформуватися в маркетингову концепцію яка отримала назву брендинг. Проаналізувавши літературу стосовно визначення поняття брендингу деякі автори, а саме Л. Мамлеєва, В. Перція, О. Штовба, Д. Яцюк, визначають брендинг як взаємопов'язаний процес створення стабільного і авторитетного бренда, що забезпечується відповідними ресурсами конкурентних переваг і маркетингових інновацій. В протилежність від цих авторів поняття брендинг визначають як комплекс заходів, науку та мистецтво або складну стратегічну політику, що спрямована на створення свого бренда, іміджу. Якщо розглядати поняття брендинг, то в сучасній літературі можна натрапити на таке поняття як бренд-менеджмент. Такі вчені як Я. Приходченко, С. Велешук, визначають бренд-менеджмент як управлінську діяльність щодо створення, підтримки та збереження бренда з метою одержання довгострокової конкурентної переваги [5].

Для забезпечення досягнення високих результатів, необхідно підходити до управління створеним брендом грамотно та ефективно. Цільовими позиціями системи управління брендом повинні стати збереження й зміцнення позицій на ринку і на основі цього підвищення ефективності діяльності та конкурентоспроможності вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг.

«Брендинг у вищій освіті» - це ряд дій, що здійснює вищий навчальний заклад, щодо розробки довготривалої переваги, основою якої є збільшення спільного впливу на споживача, виділення освітніх послуг поміж конкурентів, діяльність в ході якої створюється бренд та розробляються методи та інструменти щодо управління ним.

Дослідивши основні джерела літератури можна виділити такі принципи успішного брендингу вищої освіти як інтегративної системи реалізації конкурентних переваг:

якість повинна завжди відповідати очікуванням споживачів освітніх послуг;
у концепції брендингу вищої освіти повинна бути могутня емоційна складова, котра апелює до життєвих цінностей цільової групи споживачів освітніх послуг;

у реалізації концепції брендингу вищої освіти на ринку освітніх як інтегративної системи реалізації конкурентних переваг треба бути послідовним.

Реформи в системі вищої освіти призвели до впровадження ринкових механізмів в управлінні вищих навчальних закладів, процесів просування і надання освітніх послуг.

Розвиток і вдосконалення освітньої галузі є одним із важливих чинників як економічного розвитку країни, так і досягнення високих темпів зростання добробуту суспільства. На сьогодні, в Україні рівень розвитку вищої освіти потребує величезного обсягу фінансування для ефективного управління вищими навчальними закладами.

Вищі навчальні заклади зіштовхнулися з необхідністю знаходити кошти фінансування, в тому числі за допомогою розробки і реалізації конкурентоспроможних освітніх програм, нових підходів і методів навчання, використання маркетингових інструментів, проведення PR-компаній. В системі освітніх послуг виникла досить

значна конкуренція як зі сторони державних, так і комерційних вузів. Розвиток ринкової економіки і зростаюча конкуренція в сфері вищої освіти обумовлює необхідність підвищення конкурентних позицій вітчизняних вищих навчальних закладів.

Основною задачею вищих навчальних закладів стає забезпечення і підвищення рівня конкурентоспроможності, в тому числі за допомогою ціле спрямованої роботи по створенню і підтриманню (покращенню) вже існуючого бренду. Для збереження та підсилення цієї тенденції особливою актуальність набуває необхідність обґрунтованого використання концепції брендингу. В сучасних умовах зі сфери комерційних товарів і послуг таке поняття, як «бренд» прийшло й на освітній ринок. У зв'язку з тим, що різко збільшилася кількість вищих освітніх установ, вони стали усе більше схожі один на одного й з'явилася необхідність виділитися й привертнути увагу вже спокушеного вибором абітурієнта. Сильний бренд, що включає в себе не тільки саму освітню послугу, але й певний набір сприйманих споживачем асоціацій і характеристик, дає можливість ВНЗ боротися не тільки із внутрішніми конкурентами на українського ринку, але й із закордонними гравцями, що вкрай важливо в умовах процесу глобалізації границь освітнього простору[4].

Концепція брендингу передбачає представлення ВНЗ як успішного освітнього закладу, що має свою специфіку, високий рейтинг, який визнається не тільки в Україні, але й за її межами. Брендинг відкриє нові можливості для фінансування, дозволить розвивати співробітництво із зарубіжними ВНЗ, полегшить виведення на ринок нових освітніх послуг [2, с.135].

Правильно побудований та успішний бренд для вищих навчальних закладів України дозволить отримувати додатковий прибуток, захищати свої науково-педагогічні здобутки в процесі роботи з партнерами, спростувати процедуру вибору освітніх послуг споживачами, ідентифікувати вищий навчальний заклад і його послуги серед конкурентів, бути інвестицією в майбутнє, визначати межі, у яких він існують вищі навчальні заклади, забезпечувати емоційний зв'язок із споживачами, тобто потенційними абітурієнтами, розвивати нові напрямки своєї діяльності.

Конкурентна позиція вищого навчального закладу є органічним поєднанням кількох взаємопов'язаних явищ (процесів): якості освітніх послуг, що виробляються (надаються) закладом; ціни освітніх послуг; наявного стратегічного потенціалу, який потенційні споживачі часто беруть до уваги нарівні з ціною та якістю освітньої послуги; іміджу навчального закладу, престижності його диплома; сприйняття вищого навчального закладу роботодавцями; доступу до державної підтримки (ліцензування, державне замовлення, незалежне фінансування з бюджету та ін.); можливості отримання споживачем додаткових (суміжних) послуг, платних та безоплатних. Ключовою характеристикою, що впливає на конкурентну позицію вищого навчального закладу, є якість продуктивних (комерціалізованих) ним освітніх послуг [1, с.8]. Високий рівень якісної освіти обумовлює рівень інтелектуального потенціалу будь-якої держави, стає однією з найважливіших передумов її економічної та політичної самостійності, запорукою конкурентоспроможності на світовій арені. Нині знання - це джерело конкурентної переваги, тому забезпечення конкурентоспроможною та якісною освітою студентів є пріоритетним завданням для вищих навчальних закладів.

Література

1. Дудко П.М. Стратегічне управління вищим навчальним закладом на основі конкурентних переваг : автореф. на здобуття науков.ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності): захист 17.11.2015 /Дудко П.М.; наук. кер. І. М. Грищенко; КНУТД. – К.: КНУТД, 2015. – 20 с.

2. С.Семенюк. Брендинг вищого навчального закладу / С.Семенюк // Галицький економічний вісник. – 2013. – №3(42). – С.133–138.
3. Спирина Н.А. Брэндингобразовательных услуг: понятие, особенности, основные элементы / Н.А. Спирина // Вопросы управления. - 2009. - Выпуск №2 (7). – С. 89 – 96.
4. Shcherbak V. Genesis of creation and development of brand – capital of Kyiv national university of technologies and design / V. Shcherbak. – Збірник наукових праць «Менеджмент», випуск 21. – 2015. – С.52 – 64.
5. Ястремська О. М. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання: монографія / О. М. Ястремська, О. М. Тімонін, К. О. Тімонін. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 244 с.

УДК 339.177.3

Шпеник Т.К., здобувач

Ужгородський національний університет

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

*“Ничто не работает так же хорошо как работа
над улучшением вашего продукта”*

Джозл Спольски, сооснователь Stack Overflow

Європейська практика функціонування сільського зеленого туризму має ряд відмінностей від української, що пов'язано з рівнем економічного розвитку, запровадженням механізмом державного контролю і регулювання, свідомістю та щільністю населення. Пропонуємо розглянути ключові відмінності в Таблиці 1.

Таблиця 1. Порівняльний аналіз механізму функціонування сільського зеленого туризму, можливості використання позитивного зарубіжного досвіду

Європейська схема	Українська практика
1. Державний контроль, категоризація	
В органах державної влади функціонує спеціальний відділ з контролю, нагляду та сертифікації. Категоризація гостьових будинків здійснюється державними спеціалістами, що мають ліцензію на здійснення такої діяльності та регулярно проходять перевірку на професійність та об'єктивність.	Категоризація здійснюється на добровільних засадах за заявкою учасника до Спільки сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Спеціалісти з категоризації проходять спеціальні курси за сприяння Спільки сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Практично відсутній контроль за об'єктивністю, неупередженістю та беззастережністю.
2. Види розміщень у сільській місцевості	
Bed&Breakfast (B&B) – заклади сільського зеленого туризму проживання, харчування. Self-catering – гостьові будинки з системою самообслуговування (приготування їжі, прибирання), автономні від господарів. Агроферма - агроферми - садиби специфікою діяльності яких є сільськогосподарська діяльність, виноградарство та виноробство. Гостям пропонують екологічно чисті продукти натурального виробництва, майстер-класи, дегустації продуктів виноробства, бджільництва, спеціальні екскурсійні програми.	Переважає більшість українських закладів сільського зеленого туризму позиціонують себе як: зелена садиба, приватна садиба, гостьова садиба, міні-готель. Гостьові будинки європейського типу Self-catering (система самообслуговування) поширені в готельно-ресторанних комплексах та деякі власники здають окреме житло туристам, проживаючи в іншому місці. Українські агроферми не користуються значною популярністю у туристів, певною мірою, тому що участь в сільськогосподарських роботах, спостереження за свійськими тваринами не є популярним варіантом проведення дозвілля.
3. Кодування, система символів-ключів	
Єдина, чітка, прозора система кодування послуг за допомогою символів-ключів: категорія закладу „Bed&Breakfast” (B&B) або self-catering, найвища ціна на послуги у високий сезон, у „низький” сезон, кількість ліжокмісць, тематика відпочинку закладу, специфіка надання послуг, тощо.	Практично відсутнє кодування послуг закладів сільського зеленого туризму. Кодування послуг здійснюється на добровільних засадах, одиничними загально-інформаційними туристичними порталами.

Продовження табл. 1

4. Система бронювання, резервування послуг	
Функціонує єдина електронна система бронювання на загально-відомих інформаційних web-порталах. На офіційній web-сторінці сільського туризму певної країни, користувач може самостійно виставити вимоги для пошуку: регіон (місцевість), вид розміщення Bed&Breakfast або self-catering (самообслуговування), кількість ліжок/місць, рівень категоризації (якості), час, тривалість відпочинку, прийнятний рівень цін.	Система бронювання не поширена, не функціонує на належному рівні. Web-сайти бронювання послуг закладів сільського зеленого туризму відомі обмеженому вузькому колу користувачів.
5. Тематика відпочинку на базі закладу сільського зеленого туризму	
Кінний спорт – агроферми, що займаються розведенням коней. На їх базі можна туристи можуть спостерігати, доглядати за тваринами різної вікової групи, проводиться практика анімотерапії. Риболовля – агроферми, гостеві садиби, що займаються розведенням, вирощуванням риби на професійному рівні, в якості тур продукту виступає процес рибуловлі та гастрономічні страви. Мотобайкінг – гостеві садиби на базі яких можна здійснювати спеціально розроблені туристичні тури на квадроциклах, мотоциклах, велосипедах, джипах. Семінари-конференції – гостеві будинки з спеціально облаштованими приміщеннями, технічними засобами зв'язку для проведення круглих столів, семінарів, конференцій, персональний підхід до гостей, мети їх зібрання.	Більшість власників українських сільських зелених садиб позиціонують свої послуги з точки зору комфортності та переліку туристичних послуг, що можна отримати на їх базі. Пакет тур послуг сільських зелених садиб здебільшого включає транспортну доставку, послуги лазні, проведення екскурсій, харчування натуральними продуктами, дегустацію страв місцевої кухні. Популярними є рибуловля, лижний, велосипедний спорт, мотобайкінг, джипінг. Сільські зелені садиби спеціалізуються на наданні таких послуг або співпрацюють з спеціалізованими закладами, клубами, туристичними організаціями. Останнім часом з'являються садиби тематичного напрямку, наприклад мілітарі, на базі пасіки, з соляними кімнатами, тощо.
6. Креативний підхід в створенні туристичного продукту	
Більшість європейських гостьових садиб, агроферм використовують мальовничі пейзажі, старовинний колорит, природні, натуральні матеріали як невід'ємну частину відпочинку, туристичного продукту.	Основним акцентом українського сільського туристичного продукту є природа, свіже повітря, натуральне харчування.
Європейська схема	Українська практика
7. Позиціонування послуг	
В європейських країнах популярна практика друку періодичних видань (журналів) з тематикою проведення дозвілля в сільській місцевості. Основна увага приділяється не рекламі окремих закладів, а актуалізації, популяризації, можливостям та різноманіттю варіантів відпочинку на базі гостинних садиб, агроферм, їх корисності, цікавості, культурно-пізнавальному насиченню. Наприклад, перелік садиб, агроферм в Швеції, їх назви контактні телефони, перелік основних послуг, рівень цін подається на останніх сторінках журналу за допомогою символів-кодів. Каталог з пропозиціями відпочинку, переліком діючих садиб (агроферм) в залежності від місцевості регіону або за тематикою дозвілля (розведення коней, рибуловля, виноробство, семінари-конференції) можна замовити поштою, після чого обраний варіант каталогу надсилається на електронну скриньку безкоштовно.	Українські заклади сільського зеленого туризму позиціонують свої послуги на власних web-сайтах, загально-інформаційних туристичних порталах, за допомогою Спільки сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Наразі друк в журналі „Туризм сільський зелений” окремого розділу, каталогу переліку функціонуючих українських зелених садиб на стадії планування та розробки. Практично відсутні, не працюють належним чином або не відому загалу web-ресурси, де можна було б ознайомитися, зарезервувати відпочинок у сільській місцевості.

Враховуючи складну політично-економічну ситуацію, просувати ідеї сільського зеленого туризму стає дедалі складніше. Розвиток сільського зеленого туризму в

Україні потребує прийняття законодавчо-нормативних актів, розробки ефективного механізму, який би дозволив конкурентоспроможно позиціонувати природно-ресурсний потенціал сільської місцевості на міжнародному рівні. Розвиток сучасної індустрії гостинності неможливий без використання сучасних наукових підходів та запровадження успішного міжнародного досвіду. Якісний, ефективний менеджмент в сфері туризму включає ряд взаємопов'язаних факторів, ключовим аспектом виступає об'єднання всіх суб'єктів туристичної індустрії: бізнесу, влади та громадських організацій, координація їх дій та налагодження ефективної співпраці.

Література

- 1) EuroGites. Європейська федерація сільського зеленого туризму. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.eurogites.org>
- 2) Сільський зелений туризм. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.greentour.com.ua/
- 3) Зелений туризм. Каталог садиб України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: raltourism.com.ua

УДК: 658.5.011

Андрюшенко В.В., студент

Запорізький національний університет

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА НА ОСНОВІ ВЕРТИКАЛЬНО-ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ ПРОГНОЗУВАННЯ

Питання організації і планування виробництва значною мірою залежать від виробничо-технологічного профілю підприємства. Деякі можуть бути вирішені тільки на основі ґрунтовного знання застосованого на підприємстві технологічного процесу, особливостей устаткування і оснащення, конструктивних і технологічних характеристик виробу і чіткого уявлення про напрями та засоби подальшого технічного прогресу в конкретній галузі промислового виробництва. Крім того, сучасні ринкові умови внесли свої корективи в процес планування виробничо-господарської діяльності промислових підприємств.

За часів «планової» економіки основною формою планування роботи підприємств були п'ятирічні плани. Завдання на ці плани з урахуванням розвитку економіки, змін у ресурсах і потребах народного господарства, конкретизувалися і уточнювалися в річних планах – техпромфінпланах – підприємств. П'ятирічні та річні плани підприємств розроблялися ними на основі контрольних цифр, встановлених міністерством.

Очевидно, що здійснення планування неможливо без прогнозування [1, 2]. В даний час є роботи з прогнозування окремих виробничих та економічних показників промислових підприємств, але центр комплексного, взаємопов'язаного прогнозування на рівні підприємства ніколи не створювався. На основі отриманих результатів прогнозування одних підрозділів можуть розраховуватися прогнозні показники інших підрозділів. Наприклад, прогнозування ціни на виріб здійснюється у відділі маркетингу і збуту. Але, для прогнозування даного вартісного показника необхідно володіти прогнозом собівартості (інформація з планово-економічного відділу) тощо. Тобто мова йде про необхідність створення вертикально-інтегрованої системи прогнозування.

Процедура побудови вертикально-інтегрованої системи прогнозування показників діяльності промислових підприємств полягає у формуванні завдань прогнозування в підрозділах на основі функціональних обов'язків, пов'язаних з плануванням; виявленні взаємозв'язків між показниками прогнозування. Термін «вертикальність» означає взаємозв'язок показників прогнозування по вертикалі на всіх рівнях управління, тобто

тут встановлюються причинно-наслідкові зв'язки між показниками прогнозування для досягнення спільної мети планування. Створена інтеграційна ланка являє собою центр прогнозування на рівні підприємства. Це структура підприємства, де збираються і аналізуються всі дані щодо прогнозування, розробляються і рекомендуються для вирішення поставлених завдань інструменти, методи і моделі прогнозування.

Створення вертикально-інтегрованої системи прогнозування вимагає розгляду питань її побудови. Для цього слід опрацювати поетапний процес організації прогнозування на промислових підприємствах.

Процес починається з прийняття рішення про необхідність застосування даної системи [3]. Ініціатива повинна надходити від генерального директора, який підбирає і призначає особу, яка відповідає надалі за організацію та проведення процесу побудови. Це один з топ-менеджерів, який запускає і надалі підтримує процес. Саме він несе відповідальність за всі результати, повинен забезпечити актуальність прогнозування (забезпечення відповідності процесу прогнозування загальним цілям підприємства).

Для методичної підтримки прийняття рішень, що полягає в розробці та реалізації нових методів прогнозування необхідно використовувати консультанта.

Далі топ-менеджер спільно з консультантом складають технічне завдання, у якому описують проблему, вказують мету (проблема – значне відхилення величин плану від факту; мета – розробка адекватних організаційно-економічних інструментів і методів прогнозування).

На наступному етапі топ-менеджер вибирає «керівника» процесу прогнозування, який очолить групу співробітників, які будуть займатися прогнозуванням. Функції «керівника» може виконувати заступник керівника підрозділу.

Керівник повинен сформувати групу, що безпосередньо буде займатися прогнозуванням в підрозділах, описавши при цьому повноваження і сферу відповідальності її членів.

Далі консультант проводить навчання керівника підприємства та керівників підрозділів при розробці та впровадженні організаційно-економічних інструментів і методів прогнозування.

На наступному етапі відбувається збір даних для прогнозування з усіх необхідних підрозділів. Топ-менеджер або керівник вибирають бізнес-процес для прогнозування. Паралельно йде процес підготовки нового переліку бізнес-процесів.

Наступний етап – прогнозування. Прогнозують в тому числі на основі даних до моменту t , прогнозують на момент $(t+1)$ і порівнюють з реальністю в момент $(t+1)$.

На заключному етапі робляться висновки якості застосовуваної моделі. В якості контрольованого параметра може бути вибраний критерій якості моделі (ККМ), який визначається як:

$$ККМ = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left| \frac{Real_i - (x_i^*(t_i))}{\sigma(x_i^*(t_i))} \right|$$

де n – число здійснених прогнозів;

$Real_i$ – фактичні значення прогнозованого показника;

$x_i^*(t_i)$ – прогнозовані значення розглянутого показника;

$\sigma(x_i^*(t_i))$ – середньоквадратичне відхилення.

За результатами ККМ можуть бути прийняті наступні рішення:

– модель не підходить для прогнозування аналізованого показника, отже, потрібна розробка нової моделі;

– виявити і усунути причини, що призводять до неточних результатів прогнозування;

– модель відповідає вимогам.

Таким чином, запропонована вертикально-інтегрована система прогнозування призначена вирішити питання пов'язані з організацією та плануванням на промислових підприємствах і зробити їх більш ефективними. Що в свою чергу призведе до покращення продуктивності праці, а останнє, в свою чергу, до збільшення прибутку підприємства.

Література

1. Орлов А.И. Организационно-экономическое моделирование: теория принятых решений: Учебник. – М.: КНОРУС, 2011. – 568 с.
2. Муравьева В.С., Орлов А.И. Организационно-экономические проблемы прогнозирования на промышленном предприятии // Управление большими системами. – 2007. – Выпуск 17. – С. 143-158.
3. Орлов А.И. Организационно-экономическое моделирование: Учебник : Ч. 2 : Экспертные оценки. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2011. – 486 с.

УДК658.1:338.439

Бурлака Д.І., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ ГЕНРІ ФОРДА

Форд усвідомив тенденцію, яка виникла на початку ХХ-го століття - можливість виробляти життєві блага в кількості, достатній для всіх, в той час як люди віками намагалися відібрати їх один у одного. Однак, щоб реалізувати таку можливість, вважав Форд, підприємець повинен навчитися отримувати прибуток не за рахунок зниження заробітків і підвищення цін, а шляхом ефективної організації виробництва і матеріального стимулювання працюючих, яким слід розумно використовувати зростаючі заробітки. Дисципліновані, працелюбні, тверезі, ошадливі люди завжди живуть краще. Але як виховати такі якості у робітників?

Населення міста Детройта, де концентрувалися автомобільні заводи Форда, відрізнялося етнічною строкатістю. Поряд з американцями, там проживали іммігранти, які не могли пристосуватися до життя в Америці і були зовсім не кращими працівниками. Вони мало заробляли, мирилися з поганими умовами праці, ставали жертвами ділків та шахраїв.

В січні 1914 року Форд прийняв рішення про впровадження „революції в оплаті праці”: робітники його підприємств мали отримувати надбавку з прибутку компанії, яка підвищувала мінімальний денний заробіток майже вдвічі - до 5 дол., причому без збільшення тривалості робочого дня. Ніхто в промисловості на той час не отримував таких грошей, крім робітників високої кваліфікації або які працювали за відрядною системою. На підприємствах же Форда існувала лише поденна оплата, причому більшість операцій не потребували особливої майстерності.

Своє рішення Форда мотивував тим, що робітники є такими ж учасниками бізнесу, як менеджери і власники капіталу, отже, вони повинні мати свою частку у прибутках. Інша причина необхідність підвищити ефективність працівника шляхом створення вагомого стимулу для відмови від шкідливих звичок та невлаштованості побуту, які заважають працювати з повною віддачею. Мова йшла не про благодійність і зрівнялівку - надбавки позбавляли тих, хто витрачав гроші не на зростання свого добробуту (або добробуту компанії), а на азартну гру, спиртне тощо. Іммігрантам надавалися рівні з американцями можливості отримання надбавки. Весною 1914 року компанія Форда почала індивідуальну перевірку побуту і звичок робітників і виплату надбавок (на

менеджерів і службовців ця програма не розповсюджувалася).

Основні положення соціальної програми, яка передбачала співпрацю з місцевою громадою, такі.

На центральному автозаводі в Хайленд-Парку (передмістя Детройта) тривалість робочого дня скоротилася з 9 до 8 годин, але вводилися 3 зміни, на місцевих та збиральних заводах, де вироблялося менше продукції, був збережений 9-годинний робочий день. Усім особам фізичної праці, включаючи прибиральників, вантажників і допоміжних робітників надавалась можливість брати „участь у прибутках” за рахунок нової системи оплати праці. В Детройті для робітників у віці більше 22 років вона становила не менше 5 дол. за день (незалежно від кваліфікації і спеціалізації), на збиральних заводах - не менше 4 дол., причому 5 дол. були максимальною ставкою. Літом 1916 року мінімальний вік для отримання надбавки робітникам-одинакам був знижений до 21 року, а сімейні і такі, які мали утриманців допускалися до участі в прибутках з 18 років. З осені 1917 року надбавку могли отримувати усі робітники, які досягай 18 років, незалежно від сімейного стану, при цьому лише вимагалось, щоб перед наймом на роботу вони працювали в Детройті не менше 6 місяців.

Нова заробітна плата вводилася лише для непитуючих, ошатливих, старанних працівників, а збиранням необхідних доказів займалася компанія. В 1919 році мінімальна ставка заробітної плати була встановлена в розмірі 6 дол. за день.

На початку 1914 року Форд створив соціологічний відділ, який вивчав поведінку та матеріальний стан робітників і який давав рекомендації стосовно виплати надбавок. Спостереження оцінювали 50 інспекторів, яким надавалися службові „форди”.

Вони відвідували оселі робітників, розмовляли з родичами, сусідами, домовласниками (якщо робітники наймали квартири), записували інформацію на спеціальних бланках, а також давали корисні поради, в т. ч. дружинам (по веденню господарства).

Задавались питання типу: „Що за людина Джо? Як проводить вечори? П'є чи ні? Як витрачає гроші і чи має накопичення?” Задовільними вважалися відповіді: „Джо - хороша людина. Всі вечори проводить дома, рано лягає спати, не вживає спиртного. Має збереження, а частину грошей посилає батькам. Якщо буде заробляти більше, почне накопичувати для купівлі будинку”. Інспектор розпитував про сімейний стан робітника, кількість і вік утриманців, стан здоров'я, цікавився, де він лікується, чи є власником житла, чи наймає його (і за скільки), чи має страховку і якщо так, то в якому агентстві і які страхові внески. Закінчивши розмову, він просив передати робітнику, щоб той з'явився в контору і показав ошатну книжку.

Інспектор записував також і свої враження про тих, з ким спілкувався, вирішуючи, чи можна довіряти цим людям. „Словесний портрет” робітника порівнювався з інформацією, отриманою від його самого, але головну роль грала оцінка його іншими людьми. За видумані свідчення про себе, що не збігалися з відгуками родичів і сусідів, або ж підтверджені наявністю банківської книжки, або свідцтвом про одруження, робітника позбавляли надбавки.

Надбавку не давали, якщо робітник проживав в бідному районі, в брудному, тісному приміщенні, погано харчувався, зловживав спиртним, грав в азартні ігри, не мав рахунку в банку. Щоб заслугувувати надбавку, не варто посилати більшу частину заробітку на батьківщину, оскільки це знижувало значення надбавки, погіршувало побут, залишало дітей без догляду.

Того, хто „провинився”, попереджали, позбавляли надбавки на місяць і встановлювали за ним спостереження. Якщо за цей час він виправлявся, йому повертали гроші повністю, якщо ні, то випробовування продовжувалося, а повернута

сума зменшувалася. За 6 місяців „поганої поведінки” робітника звільняли, але того, хто „розкаювався”, звичайно відновлювали і надавали шанс почати все спочатку.

Надбавку рідко надавали одразу, але можливість її отримання спонукала робітника дотримуватися усіх рекомендацій компанії - навчитися ощадливості, охайності, заощаджувати гроші на хороше житло (працелюбним і непитугим надавалося для цього невелика позика). Для іммігрантів було обов'язковим вивчення англійської мови на безкоштовних курсах (де „на громадських засадах” викладали добровольці з числа службовців компанії), а бажаним - отримання американського громадянства.

Соціальна програма привела до значних результатів. Так, сума збережень і грошей, вкладених в будинки і земельні ділянки в розрахунку на одного робітника компанії зросла за січень 1914 р. - січень 1917 р. більше ніж в 3,5 разу. Відсоток англійських збільшився з 64 до 88%, таких, що отримали громадянство США, - з 34 до 49%, а осіб з нормальними житловими умовами - з 47 до 88%. Частка робітників з „гарними звичками” до 1917 р. перевищила 79%, сімейних робітників - зросла з 59 до 70%.

На заводах Форда швидко зростала продуктивність праці. Так, якщо в 1910 р. на збирання одного авто витрачалося 12,5 год, то в 1920 р. - всього 1 хвилина, а вже в 1925 р. одне авто сходило з конвеєра кожні 10 секунд. За 10 років (1910-1920 рр.) підприємство Форда збільшило виробництво авто в 67 разів, знизивши ціну однієї машини і 2,8 разу при значному зростанні прибутку. В 1925 р. виробництво „фордів” досягло 2,2 млн. шт., а вартість одного авто становила 240 дол.

Видатна заслуга Генрі Форда полягала в тому, що він на практиці довів, що вихід з економічної кризи повинен базуватися на підвищенні купівельної спроможності населення, а джерелом купівельної спроможності може бути пристойна заробітна плата. Багатьом відомий такий вислів Генрі Форда: „Усі думають, що моя мета - виробляти автомобілі, але вони глибоко помиляються. Моя мета - піклуватися про людей, які у мене працюють, а якщо вони виготовляють автомобілі, то це - не моя провина”.

Крім того, слід відзначити, що, починаючи свою справу, Форд відчув брак не у факторах виробництва - капіталі, сировині, матеріалах і робочій силі, а в етиці. На питання, що потрібно, щоб вийти із складного економічного становища, Форд стверджував: „Потрібна ділова етика”.

УДК 331.101.262

Бузуков Р.В., студент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ

Персонал підприємства – це особовий склад підприємства, що працює за наймом, що володіє якісними характеристиками і має трудові відносини з роботодавцем. До складу персоналу включаються також власники або співвласники підприємства, якщо вони беруть участь у діяльності підприємства своєю особистою працею і отримують відповідну оплату.

Управління персоналом – це комплексний, цілеспрямований вплив на колектив з метою забезпечення оптимальних умов для досягнення мети підприємства.

В сучасних умовах система управління персоналом на підприємстві вирішує такі основні питання: формування персоналу; оцінка працівників; планування ділової кар'єри, професійно-кваліфікаційного і посадового зростання працівників; підготовка персоналу, підвищення кваліфікації і перепідготовка персоналу; розробка ефективних систем трудової мотивації.

В найближчому майбутньому найкращого розвитку досягнуть ті підприємства, які

роблять головну ставку на людські ресурси та управління ними.

Розвиток персоналу – одна з найважливіших складових загального підвищення ефективного виробництва. В економічно нестабільні періоди проблеми розвитку персоналу надавали недостатньо уваги, але саме в період кризи розвиток персоналу є однією з умов економічного зростання. Досягти високих результатів можна тільки тоді, коли люди володіють знаннями, уміннями і цілеспрямованістю. Освіта і навчання персоналу повинні бути безперервними і забезпечувати необхідний професійний розвиток. За сучасних умов проблема розвитку персоналу набуває все більшої актуальності.

Система розвитку персоналу – це системно-організований процес безперервного професійного навчання працівників для підготовки їх до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників та вдосконалення соціальної структури персоналу. Розвиток персоналу забезпечується заходами з оцінювання кадрів з метою здійснення виробничої адаптації і атестації персоналу, планування трудової кар'єри робітників і фахівців, стимулювання розвитку персоналу тощо.

Персонал є головною ланкою виробничого процесу на підприємстві. Якими б не були новітні технології, інноваційні ідеї, вони ніколи не будуть ефективними, приносити максимальну користь без високоефективної роботи, належної підготовки і кваліфікації людських ресурсів. Управління персоналом є достатньо складним процесом, адже люди наділені інтелектом, здатністю мислити. Вони постійно розвивають між собою взаємовідносини, які часто впливають на продуктивність праці, виробництво, внутрішній клімат підприємства [1].

Сьогодні основними проблемами, з якими стикаються при управлінні персоналом – це підбір, формування кадрів з сучасним економічним мисленням, забезпечення ефективності праці працівників, збереження сприятливого клімату у колективі та багато інших.

Слід зазначити, що управління людськими ресурсами має відповідати методам розвитку підприємства, захищати права і обов'язки працівників, забезпечувати дотримання правил при формуванні, стабілізації і використанні людських ресурсів. Першим кроком до досягнення поставлених цілей є підбір персоналу. Існує декілька підходів до підбору кадрів на підприємстві. Серед них найбільш розповсюдженими є самостійне наймання персоналу та звернення до агентств і служб зайнятості. Звичайно, кожна організація застосовує різні методи прийняття на роботу, зокрема, анкетування, систему психологічних тестів, інтерв'ю.

На сучасному етапі розвитку ринку і суспільства якість людського капіталу – головна цінність і перевага в конкурентній боротьбі. Підприємство повинно сприяти розвитку найманих працівників, через те, що розвиток персоналу забезпечує розвиток підприємства. Здатність підприємства навчатися і розвиватися швидше за своїх конкурентів є джерелом його соціальних, стратегічних і економічних переваг [2].

До напрямів професійного розвитку підприємства відносяться: первинне професійне навчання, враховуючи специфіку і сферу діяльності підприємства; навчання з метою наближення знань і якостей найманого працівника, до вимог посади, яку він займає; навчання з врахуванням нових напрямів розвитку організації; навчання для підвищення загального рівня кваліфікації найманого працівника тощо.

Наявність найманих працівників, кваліфікація яких відповідає вимогам сучасного ринку праці є необхідним для виготовлення конкурентоспроможної продукції, тобто, одним з факторів підвищення конкурентоспроможності і закріплення на ринку позицій підприємства є висококваліфікована робоча сила, рівень знань якої зростає відповідно

до існуючих вимог ринку [3].

У даний час розвиток персоналу підприємства проводять самостійно, незалежно від інших організацій, що має як позитивні, так і негативні моменти. В ринкових умовах функції підприємств у сфері розвитку персоналу значно розширились. Система підготовки, підвищення кваліфікації й перепідготовки працівників на підприємстві в ринкових умовах, з одного боку, повинна швидко реагувати на зміни потреб виробництва в робочій силі, а з іншого – надати можливість працівникам відповідно до їх інтересів підвищувати свій професійний рівень і навчатись.

У зв'язку з цим управління розвитком персоналу повинно сконцентрувати свої зусилля на вирішення таких проблем, як розробка стратегії з питань формування кваліфікованого персоналу; визначення потреб у навчанні працівників в розрізі спеціальностей та професій; вибір форм і методів професійного розвитку персоналу; вибір програмно-методичного та матеріально-технічного забезпечення процесу навчання як важливої умови його якості; фінансове забезпечення всіх видів навчання в потрібній кількості.

Література

1. Давидович І. Є. Управління витратами: навч. посіб. / Давидович І. Є. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 320 с.
2. Гризовська Л. О. Актуальні проблеми управління розвитком персоналу на вітчизняних підприємствах [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/482/1/5_2_9.pdf
3. Ситник О. Ю. Розвиток персоналу як фактор розвитку конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://intkonf.org/sitnik-o-yu-rozvitok-personalu-yak-faktor-rozvitku-konkurentospromozhnosti-pidpriemstva/>

УДК: 338.984

Ванярха А.А., студент

Запорізький національний університет

ПЕРЕВАГИ ВПРОВАДЖЕННЯ CALS ТЕХНОЛОГІЙ В РЕІНЖІНІРИНГ СИСТЕМИ ЯКОСТІ

На сьогоднішній день переважна більшість розвинутих країн активно впроваджує для розвитку і підтримки життєвого циклу CALS- технології.

CALS (Continuous Acquisition and Life cycle Support) в перекладі означає «безперервний розвиток і підтримка життєвого циклу» і символізує дві основні ідеї. Поняття «CALS» (Continuous Acquisition) означає постійне підвищення ефективності (розвиток) як самого виробу, так і процесів взаємодії між постачальником і споживачем виробу протягом його життєвого циклу. Вираз Life cycle Support означає розробку нових підходів і методів перепроектування (реінжинірингу) існуючих бізнес-процесів, тобто перебудова бізнес-процесів підприємства з метою їх принципового поліпшення.

Відповідно до п.2.9 ДСТУ ISO 9000-2008 та Додатком Б ДСТУ ISO 9004-2001 «реінжиніринг» є проектним проривом, провідним або до перегляду та поліпшення наявних процесів, або впровадження нових процесів. Так само під реінжинірингом розуміється фундаментальне переосмислення і радикальне перепроектування бізнес-процесів компанії для досягнення корінних поліпшень в найбільш важливих показниках їх діяльності - вартість, якість і темпи [1].

Реалізація CALS-технологій як інструменту реінжинірингу пов'язана зі значними високими капітальними і поточними витратами, що в свою чергу тягне за собою вирішення фундаментальних питань «Навіщо це треба» і «До чого це призведе».

Відповідаючи на ці питання, фахівці повинні виявити і переосмислити ряд завдань, покладених в основу ведення бізнесу. При цьому реінжиніринг буде раціонально використовувати у випадку швидкого покращення показників діяльності підприємства (500-1000% і більше) шляхом впровадження нових методів управління.

Завданням CALS є перетворення життєвого циклу виробу в високоавтоматизований процес шляхом реінжинірингу входять до нього бізнес-процесів з метою коректно переходу від паперового до електронного документообігу та впровадження нових методів розробки виробу. Отже не потрібно далеко йти від п.4.2.3 ДСТУ ISO 9001-2008 при переході до електронного документообігу, а саме необхідно пам'ятати, що документи системи менеджменту якості повинні бути керованими [2].

Реінжиніринг починається з моделювання прийнятих на підприємстві бізнес-процесів (рекомендується використовувати методологію IDEF0). Для цього шляхом аналізу функціональної моделі бізнес-процесів життєвого циклу виробу «як є зараз» в порівнянні з вимогами споживачів і прикладами роботи процвітаючих підприємств виявляють відсутні процеси, а також процеси, що вимагають оновлення.

Визначають джерела проблем (внутрішні та / або зовнішні), а також позитивні і негативні сторони існуючих бізнес-процесів. Наступним кроком йде опис функціональної моделі альтернативних варіантів вдосконалених бізнес-процесів життєвого циклу [4].

«Як повинно бути», в яких усувають виявлені негативні фактори і оптимізують позитивні. При цьому вибір кращого варіанту на основі зваженого критерію мінімуму витрат і ризиків. Наступним етапом є розробка рекомендацій для організації оновлених бізнес-процесів і їх впровадження.

Алгоритм впровадження CALS-технологій та коригування бізнес-процесів в організації передбачає наступні етапи:

- a) мотивація щодо необхідності проведення змін;
- b) створення плану змін та його узгодження з керівництвом.
- c) організація робочої групи CALS, котра займатиметься виконанням плану;
- d) проведення інструктажу учасників групи CALS та інших працівників, котрі задіяні в проведенні змін;
- e) встановлення проміжних (тактичних) цілей та системи оцінки результатів;
- e) розробка оперативних завдань для всіх членів групи CALS;
- f) формування тимчасових багатофункціональних робочих груп для вирішення тактичних цілей;
- g) виконання планів;
- h) оцінка досягнутих результатів [3].

Основою успішного впровадження CALS-технологій дозволяє підприємствам поліпшити показники якості бізнес-процесів та продукції, скоротити час виробничого циклу, збільшити додану цінність, знизити витрати, перейти на якісно новий рівень функціонування, що в свою чергу тягне за собою підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності.

Література

1. Акбаш С.І., CALS-технології в приладобудуванні / Э.И. Акбаш, Ю.Н. Фоміна // СПб.: Навчальний посібник, 2009. – 195 с.
2. Горбенко О.В. Розвиток діяльності логістичних провайдерів в Україні [Електронний ресурс] / О.В. Горбенко, А.О. Пильченко // Управління проектами, системний аналіз і логістика. – 2009. – № 6. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Upsal/2009_6/09govp_au.pdf
3. Садовська Т.Г., Управління факторами конкурентоспроможності промислових

підприємств на базі CALS-технологій/ Т.Г. Садовська, Дроговоз П.А., Дадонов В.А., Мельников В.І. // CALS – ТЕХНОЛОГІЇ. – 2009. – 260 с.

4. Судів Є.В., Левін А.І. Концепція розвитку CALS-технологій в промисловості країн СНГ / Є.В. Судів, А.І. Левін // НДЦ CALS-технологій «Прикладна логістика». – 2002. – № 17/1. С.44-46.

УДК 658.5

Вдовенко С.О., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

РОЛЬ ЛІДЕРСТВА У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЮ

Проблема лідерства на сьогодні все частіше стала привертати на себе увагу, що особливо проявилось у нестабільні періоди соціального розвитку.

Теорія лідерства намагається виявити і передбачити, які характеристики лідерства виявляються найбільш ефективними і чому. Застосовується три підходи до визначення суттєвих факторів ефективного лідерства; підхід з позиції особистих якостей, поведінковий підхід і ситуаційний підхід. Лідерство стало об'єктом дослідження, коли на початку двадцятого сторіччя почали уперше вивчати управління. Однак тільки в період між 1930-м і 1950 р. було розпочате вивчення лідерства у великих масштабах і на системній основі. Ці ранні дослідження ставили своєю метою виявити властивості чи особистісні характеристики ефективних керівників. Відповідно до особистісної теорії лідерства, також відомої під назвою теорії великих людей, кращі з керівників мають певний набір загальних для всіх особистих якостей. Розвиваючи цю думку, можна стверджувати, що якби ці якості могли бути виявлені, люди навчилися б виховувати їх у собі і тим самим ставати ефективними керівниками. Деякі з цих вивчених рис – це рівень інтелекту і знання, вражаюча зовнішність, чесність, здоровий глузд, ініціативність, соціальна й економічна освіта і високий ступінь впевненості в собі.

Проблеми лідерства є ключовими для досягнення організаційної ефективності. Керівник повинен бути лідером і вміти мотивувати працівників на повноцінну роботу та досягнення високих результатів. Лідерство – це мистецтво, вінець управлінської діяльності. Його значимість в існуванні організацій та їх управлінні дуже вагома та суттєва.

Лідерство – це здібність керівника впливати на підлеглих, що обумовлена його індивідуальними рисами (особистий підхід до управління), його поведінкою, стилем керівника (авторитарним, ліберальним, демократичним). Це також процес впливу на групу людей, щоб спонукати їх йти за собою для спільної реалізації визначених цілей [1].

Проблеми лідерства ключові для досягнення організаційної ефективності. З одного боку, лідерство розглядається як наявність певного набору якостей, притаманних тим, хто успішно впливає на інших, з іншого, лідерство □ це процес несилового впливу у напрямку досягнення організацією своїх цілей. Для того, щоб складна організація ефективно виконувала свої завдання, необхідно забезпечити виконання всіх функцій управління. Лідерство є тим видом діяльності, який пронизує всю систему управління. Неможливо ефективно виконувати функції планування, організації, мотивації і контролю, якщо немає ефективного керівництва і лідерів, здатних заохочувати інших працівників, позитивно впливати на них і вести за собою, тим самим досягаючи сприятливих кінцевих результатів.

Лідерство згуртовує спільні зусилля людей протягом значного часу для реалізації

загальної мети. Обов'язковою умовою лідерства є наявність влади в конкретних формальних або неформальних організаціях, а також лідерство має важливе значення для розробки методів ефективного керівництва. Лідерство є специфічним типом управлінської взаємодії, що заснований на найефективнішому поєднанні різних джерел влади і спрямований на захоплення людей до досягнення загальних цілей. З одного боку, лідерство розглядається як наявність певного набору якостей, які приписуються тим, хто успішно впливає на інших, з іншого боку, лідерство це процес наполегливої діяльності у напрямі досягнення групою або організацією своїх цілей [2].

Уміння бути ефективним лідером передбачає здатність не лише концентрувати волю, увагу та зусилля на вирішуваних організацією завданнях, а й максимально враховувати інтереси та особистісні особливості підлеглих.

Основними складовими лідерського потенціалу є: компетентність – досвід, знання, навички, уміння працювати з людьми; особистісні та ділові риси – впевненість у собі, енергійність, комунікабельність, готовність брати на себе відповідальність, самостійність; здібності – інтелект, пам'ять, творчі здібності тощо; установки, цінності пріоритети – відношення до роботи і те, що керівник ставить на перший план, працюючи з підлеглими, сприймаючи і передаючи інформацію чи приймаючи рішення.

Лідер - це особистість, яка, поставивши перед собою мету, знаходить засоби і створює колектив, який здатний її досягти. Лідером може бути людина, яка має три основоположні якості: неординарний, вроджений потенціал, який проявляється як талант засновника і координатора; глибокі знання і професіоналізм у галузях, що мають найбільший попит з боку певної соціальної групи чи суспільства в цілому; безумовну перевагу в отриманні результатів діяльності в певному виді діяльності [3].

Феномен лідерства ґрунтується на авторитеті керівника. Розрізняють формальний, особистий і повний авторитет. Формальний авторитет керівника впливає з його прав як посадової особи розпоряджатися підлеглими, спрямовувати, мотивувати, контролювати їх працю та поведінку. Особистий авторитет керівника ґрунтується на його особистісних якостях як людини (наприклад толерантність, товариськість, компетентність, здоровий глузд, логічність дій). Повний авторитет керівника, або авторитет лідера виявляється у разі поєднання формального та особистого авторитету особи, яка обіймає посаду керівника.

Поєднання лідерства і керівництва в одній особі сприяє ефективному функціонуванню організації чи структурного підрозділу. В іншому випадку, якщо керівнику бракує якостей лідера, це може призвести до появи в організації неформального лідера, конфліктних ситуацій та зниження ефективності функціонування організації.

Ефективному лідеру потрібні і особистісні дані, і довготривала самопідготовка (тренінг), і розвиток основних якостей керівника-лідера. Кожний формальний лідер має намагатись бути неформальним.

Ефективність управління безпосередньо пов'язана з оптимальним використанням ресурсів організації при вирішенні насущних проблем і її здатністю гідно зустріти вимоги найближчого майбутнього (з розрахунку на нові досягнення). У стабільній ситуації ефективність функціонування організації може бути забезпечена менеджментом без урахування відносин лідерства.

Але в нестабільних умовах, постійній готовності до змін відповідно до нових обставин і запитів, ефективність організаційної діяльності залежить від потенціалу лідерства.

Література

1. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. Управління персоналом:

навч. посіб. / М.Д.Виноградський, А.М.Виноградська, – К. : ЦУЛ, 2006. – 502с.

2. Юшин В. П. Руководство по интенсивному развитию организаторских способностей руководителя / В.П.Юшин. – Луцк.: МП «Зоря», 1998.

3. Менегетти А. Психология лидера / А. Менегетти. - М. : ННБФ «Онто- психология», 2002. – 208 с.

УДК 339.137

Головченко М.М., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВА-ТОВАРОВИРОБНИКА НА РИНКУ

В усі часи виробництво продукції є головною складовою в розвитку економіки країни.

Конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик, використовуваних для оцінки ефективності економічної діяльності господарюючих суб'єктів. Сучасні умови розвитку економіки характеризуються загостренням конкуренції.

Товар – предмет праці, який має вартість, вільно бере участь в обміні і здатний задовольнити людські потреби, надається на ринку для привернення уваги, придбання і споживання.

Конкурентцією називають суперництво або боротьбу між фірмами, що виробляють схожу продукцію, за найвигідніші умови продажу та володінням більшою часткою на ринку.

Конкурентція є явищем динамічним. Постійно з'являються нові товари, послуги, технології, та засоби маркетингу. Конкурентоспроможність підприємства - здатність підприємства виробляти і продавати товари, які мають певні властивості більш привабливі для споживачів, ніж в аналогічній продукції конкурентів [1].

Для оцінки конкурентоспроможності товару необхідно знати:

- потреби споживачів до запропонованого товару на ринку;
- попит на продукцію;
- ціну товару;
- шляхи просування та закріплення товару на ринку;
- провести аналіз конкурентів на ринку та їх продукції.

Оцінка конкурентоспроможності товару має здійснюватися постійно, щоб вчасно з'ясувати, на якій стадії життєвого циклу знаходиться товар в даний час. Так можна прийняти рішення про модернізацію товару, покращити зовнішній вид упаковки, або ж взагалі зняти продукцію з виробництва, якщо рівень доходу від реалізації зменшується.

Якщо потрібно оцінити перспективи збуту продукції на конкретному ринку, слід проаналізувати можливий вихід на ринок інноваційних виробів, зміни діючих у країні стандартів і законодавства, динаміку споживчого попиту [2].

Основним показником конкурентоспроможності товару є його якість.

Також існують й інші критерії конкурентоспроможності продукції такі як:

-стабільність рівня якості товару - рівень браку та кількість повернення бракованих партій;

-соціальна адресність - відповідність характеристик продукції специфічним потребам соціальної групи споживачів

-достовірність свідченням якого є захисне маркування товарів, сертифікати відповідності;

-безпека продукції – це безпека для життя, здоров'я, майна споживача і навколишнього середовища за звичних умов його використання, зберігання, транспортування та утилізації [3].

В світі відбувається постійний розвиток технологій, що покращують життя.

Ось наприклад, раніше люди користувались вікнами з дерева, враховуючи, що це екологічно чистий матеріал, проте він в процесі тривалої експлуатації втрачає свої властивості. Спека, дощ і вітер призводять до поступового зносу рами. Дерев'яні вікна потрібно фарбувати раз у рік та підклеювати на зиму, що потребує додаткових затрат і зусиль.

Пластикові вікна мають такі властивості:

- теплозбереження;
- шумоізоляція;
- простота догляду;
- безпека;
- дизайн – можливість створювати як стандартні вікна так навіть і трикутної чи круглої форми.

Частіше підприємства займаються виготовленням однієї марки профілів або декількох марок.

Проаналізуємо основні параметри популярних марок профілів. З'ясуємо їх переваги та недоліки.

Таблиця 1. Порівняльна характеристика найбільш популярних марок профілів

Марка профілю	Rehau	Open Teck	КВЕ	Veka
Ціна на вікно 700x1300, грн	840	735	780	880
Термін використання, років	40	50	50	50
Звукоізоляція, Дб	36	34	46	37
Переваги	унікальна система від проникнення	стійкий до злому; протипожежні якості	висока звукоізоляція	класичний білий колір
Недоліки	обмеження щодо вибору розміру створки	не універсальний	сіруватий колір	підвищений вміст свинцю

Отже, після проведення аналізу можна зробити такі висновки, що профіль Open Teck найдешевший, але він має погану звукоізоляцію. Профіль Veka, найдорожчий, також має підвищений вміст свинцю. Вважають, що вдихання парів свинцю є шкідливим.

Між фірмами-виробниками існує постійна конкуренція, що спонукає їх до застосування новітніх технологій. Так наприклад, з'явилися металопластикові конструкції з термозахисними властивостями, які не дозволяють проникати холоду в приміщення.

В наш час коли вартість комунальних витрат постійно зростає, підвищується необхідність проводити заходи по збереженню тепла.

Урядом України передбачені пільги по компенсації частини вартості витрат населення на модернізацію та утеплення свого будинку.

З 2015 року відшкодовується з бюджету частина суми кредиту у громадян, які вирішили придбати енергоефективне обладнання та матеріали для утеплення. Підлягає поверненню 40% коштів на придбання вікон з двокамерними енергоефективними склопакетами (з енергозберігаючим склом). Це буде сприяти поживленню ринку

виробництва металопластикових вікон [4].

Багато хто із підприємств, що виготовляють вікна, нагадують у рекламних повідомленнях своїм покупцям про таку можливість вигідного придбання їх товару.

Для того щоб утриматися на ринку серед конкурентів потрібно:

- проводити анкетування споживачів;
- розробляти новий товар та розширювати асортимент продукції;
- вдосконалювати продукцію;
- проводити заходи зі стимулювання збуту.

Отже, конкурентоспроможність товару споживач оцінює з точки зору своїх потреб і повноти їх задоволення. Володіючи обмеженими можливостями споживач прагне максимізувати ступінь своєї загальної задоволеності.

Вивчення питання оцінки рівня конкурентоспроможності товарів дозволяє підвищити ефективність просування продукції на ринок з-поміж інших товаровиробників та досягнення підприємствами максимальних результатів в своїй діяльності.

Література

1. Турченко М.О., Швець М.Д.- підр. Маркетинг, – К.: Знання, 2011. [Електронний ресурс] / Турченко М.О., Швець М.Д. – Режим доступу : <http://pidruchniki.com/>
2. Семенов К.А. Международные экономические отношения, 1998. [Електронний ресурс] / Семенов К.А. – Режим доступу : <http://readbookz.com/>
3. Клименко С.М. Управление конкурентоспособностью предприятия [Електронний ресурс] / Клименко С.М. – Режим доступу : <http://posibniki.com.ua/>
4. Ткачук Я. Телеканал новин "24". Як отримати гроші на утеплення будинку від держави: цінні поради. [Електронний ресурс] / Ткачук Я. – Режим доступу : <http://24tv.ua/>

УДК 658.3:005.95

Грушевський А.В., студент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ ТА МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Керівники завжди усвідомлювали, що необхідно спонукати людей працювати на організацію. Однак вони вважали, що для цього достатньо простої матеріальної винагороди, але як показує практика цього виявляється замало.

При плануванні і організації роботи керівник визначає, що конкретно повинна виконати його організація або підприємство, коли, як і хто, на його думку, має це зробити. Якщо вибір цих рішень зроблений ефективно, керівник отримує можливість координувати зусилля багатьох людей і спільно реалізовувати потенційні можливості групи працівників, отримати від них повну самовіддачу і максимальну ефективність.

Керівники втілюють свої рішення в конкретні справи, застосовуючи на практиці основні принципи мотивації.

Управління персоналом - це цілеспрямована діяльність керівного складу організації на розробку концепції, стратегії кадрової політики і методів управління людськими ресурсами. Основним змістом управління персоналом є планування, формування, перерозподіл і раціональне використання людських ресурсів.

Мотивація - це процес спонукання (підштовхування) себе та інших до діяльності для досягнення особистих цілей або цілей організації. Із цього визначення можна зробити висновок, що ефективна реалізація функції мотивації потребує:

- усвідомлення того, що спонукає працівника до праці;

• розуміння того, як направити ці спонукання в русло досягнення цілей організації.

Оскільки з часом фактори, які мотивують співробітника змінюються, то не можна розраховувати, що мотивація, яка спрацювала раніше, буде ефективно працювати увесь час і надалі. Наведемо приклади методів, якими керівники можуть задовольнити потреби у своїх підлеглих в ході трудового процесу.

Методи задоволення потреб:

- *соціальні потреби:*

- давайте співробітникам таку роботу, яка дозволила б їм спілкуватися;
- створюйте на робочих місцях дух єдиної команди;
- проводьте з підлеглими періодичні наради;
- не намагайтеся зруйнувати виниклі неформальні групи, якщо вони не завдають організації реального збитку;

- створюйте умови для соціальної активності членів організації поза її рамок.

- *потреби поваги:*

- пропонуйте підлеглим більш змістовну роботу;
- забезпечте їм позитивну зворотний зв'язок з досягнутими результатами;
- високо оцінюйте і заохочуйте досягнуті підлеглими результати;
- залучайте підлеглих до формулювання цілей і вироблення рішень;
- делегуйте підлеглим додаткові права і повноваження;
- просувайте підлеглих по службових сходах;
- забезпечуйте навчання і перепідготовку, яка підвищує рівень компетентності.

- *потреби в самовираженні:*

- забезпечуйте підлеглим можливості для навчання і розвитку, які дозволили б повністю використовувати їх потенціал;
- давайте підлеглим складну і важливу роботу, що вимагає від них повної віддачі;
- заохочуйте і розвивайте у підлеглих творчі здібності.

Що стосовно самого поняття мотивації, то виділяють два її види: внутрішню і зовнішню.

Внутрішня пов'язана з інтересом до діяльності, зі значимістю виконуваної роботи, зі свободою дій, можливістю реалізувати себе, а також розвивати свої вміння і здібності. Зовнішня мотивація формується під дією зовнішніх факторів, таких як умови оплати праці, соціальні гарантії, можливість просування по службі, похвала або покарання керівником і т.п. Вони мають вплив, але не обов'язково на тривалий період. Більш ефективною є така система факторів, яка впливатиме як на зовнішню, так і на внутрішню мотивацію.

До факторів, які зумовлюють поведінку працівника і які треба враховувати керівнику в практиці мотивації його трудової діяльності, належать:

- фізичний тип особистості;
- рівень самосвідомості та освіченості;
- професійна підготовка;
- психологічний клімат у колективі;
- вплив зовнішнього середовища.

В загальному вигляді, формування активної дійової системи мотивації ґрунтується на постійному аналізі й удосконаленні відносин між:

- роботодавцями і найманними працівниками;
- керівниками та їхніми підлеглими;
- конкуруючими групами працівників;

- групами, що виконують споріднені або близькі функції.

На рівні підприємства система мотивації повинна ґрунтуватися на таких вимогах:

- надання однакових можливостей щодо зайнятості та кар'єрного зростання, яке оцінюється за результатами праці;
- узгодження рівня оплати праці з її результатами та визнання особистого внеску в загальний успіх компанії;
- створення та підтримання належних умов для захисту здоров'я, безпеки праці та добробуту всіх працівників;
- забезпечення можливостей для покращення професійної майстерності, повної реалізації всіх здібностей працівників;
- підтримання в колективі атмосфери довіри, почуття залученості до справи і зацікавленості в реалізації поставленої задачі.

Гроші – це найбільш очевидний спосіб, яким організація може винагородити співробітників і тим самим мотивувати їх, але як показує практика найчастіше цього замало. Наприклад, існують також і негативні фактори, які можуть впливати на здатність працівника здійснювати ефективну трудову діяльність. Насамперед, сюди можна віднести так звані симптоми професійного вигорання, коли людина витрачає свій час і сили на роботу, яка з самого початку їй не подобається, тобто не відповідає вродженим інтересам і здібностям працівника. В такому випадку потрібно вчасно підмітити сильні сторони співробітника і докласти зусиль, щоб він зміг розкрити свій потенціал на іншій посаді. Якщо не вдається цього зробити або немає вакантної посади і було прикладено немало зусиль, то скоріш за все з таким співробітником прийдеться розпрощатись. Адже для нього така робота тільки принесе відчуття глибокої незадоволеності життям і просто призведе до банальної неефективності, і тут вже ніякі грошові стимули не зможуть допомогти.

Підсумовуючи все вище сказане, можна зробити висновок, що на підприємстві повинна бути розроблена цілісна і всеохоплююча система мотивації праці. Якщо ця система розроблена і втілена правильно, де рішення приймаються неупереджено і ефективно, то керівник отримує можливість домогтись від підлеглих повної самовіддачі і максимальної продуктивності. Для формування належного ставлення до праці на підприємстві, необхідно створювати такі умови, щоб персонал сприймав свою працю як свідому діяльність, яка приносить не тільки гроші, а й задоволення і зацікавленість в своїй справі. Адже це є джерелом самовдосконалення, основою професійного та кар'єрного зростання, що в свою чергу полегшує роботу підприємства на шляху до стабільності, процвітання і збільшення прибутків.

Література

1. Хунгуреева И.П. Экономика предприятия: учеб. пособ. / И.П. Хунгуреева, Н.Э. Шабькова, И.Ю. Унгаева. – Улан-Удэ, Изд-во ВСГТУ, 2004. - 240 с.
2. Мексон М. Основы менеджмента (Management) / М. Мексон, м. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Издательство: Дело, 1997. - 704 с.
3. Управление мотивацией: учеб. пособие для вузов /Пер. с англ, под ред. проф. Е.А. Климова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 399 с.

УДК 378.1

Гусан М.О., студент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

На сьогодні розуміння концепції підходу до створення маркетингової стратегії

підприємства стало надзвичайно важливою віхою на шляху досягнення поставленої мети. Ігнорування такого стратегічного підходу у довгостроковій перспективі спричиняє втрату сприятливих можливостей гармонійного розвитку підприємства. Грамотне, обґрунтоване маркетингове рішення щодо вибору стратегії допоможе підприємству вижити в несприятливому зовнішньому середовищі. Теоретичні засади цього питання було розглянуто в працях таких економістів, як Н. В. Бутенко, І. Ансофф, С. Гаркавенко, В. Герасимчук, В. Геєць, Ф. Котлер, А. Павленко, Г. Чубаков та інші.

Незважаючи на появу нових економічних технологій, актуальність цієї проблеми у сучасних умовах української економіки не зменшується, а все більше зростає. Це потребує подальшого дослідження як теоретичних, так і практичних аспектів існуючої проблеми формування маркетингової стратегії підприємства в умовах вітчизняного ринку. Адаже надзвичайно важливим є вибір маркетингової стратегії підприємства, яка б відповідала усім вимогам самого підприємства, забезпечувала ефективну та рентабельну роботу, приносила прибуток та сприяла подальшому його розвитку.

Формування маркетингової стратегії є одним з найважливіших етапів маркетингу на підприємстві. Головна мета статті полягає в розгляді сьогоденного уявлення про сутність маркетингової стратегії та етапи процесу формування цієї стратегії на підприємстві.

Визначень поняття "маркетингова стратегія" дуже багато. Ми вважаємо що доцільно спиратися на таке визначення (адже воно досить чітко окреслює розглядаєме поняття): маркетингова стратегія – формування та реалізація цілей і завдань підприємства по кожному окремому ринку (сегменту ринку) та кожному товару на певний період часу для здійснення виробничо-комерційної діяльності у повній відповідності до ринкової ситуації та можливостей підприємства [1, с. 271].

Стратегія маркетингу на підприємстві відноситься до функціональної стратегії та є невід'ємною частиною загальної стратегії компанії. Тому що, з одного боку, маркетинг є функціональною структурою підприємства, а з другого – маркетингова стратегія охоплює досягнення досить глобальних цілей, які направлені на розвиток підприємства. Маркетингові стратегії класифікують за такими ознаками:

- Глобальні маркетингові стратегії – стратегії, які визначають принципові рішення щодо вибору напряму розвитку фірми.
- Базові стратегії стосуються певних конкурентних переваг фірми.
- Стратегії зростання визначають напрямок розширення масштабу фірми.
- Залежно від методу обрання цільового ринку – стратегії, що дозволяють визначити, які товари й для яких сегментів ринку буде виробляти фірма.
- Залежно від ступеня сегментування ринку – стратегії вибору комплексу маркетингових засобів (маркетингміксу) для певних сегментів споживачів [2, с. 92].

Стратегій маркетингу може бути багато, але головне – вибрати найбільш вдалу з них для кожного ринку і кожного товару, тобто стратегію, яка б відповідала вимогам досягнення маркетингових цілей [3, с. 94]. Розглянемо дві основні групи маркетингових стратегій: маркетингові стратегії зростання та маркетингові конкурентні стратегії.

Якщо підприємство займає стійкі ринкові позиції, стабільний розвиток і має на меті подальше зростання обсягів збуту, прибутку та масштабів діяльності, воно має три шляхи:

- інтенсифікація існуючих можливостей та ресурсів фірми – інтенсивне зростання;
- об'єднання зусиль з іншими підприємствами – інтенсивне зростання;

• вихід в інші сфери бізнесу, які не пов'язані з основною діяльністю підприємства – диверсифікаційне зростання [2, с. 93].

Результати діяльності підприємства значною мірою залежать від вміння вдало визначити цілі та обрати оптимальну за критерієм "ефективність – витрати – ризик" модель їх досягнення шляхом координації та розподілу наявних ресурсів, тобто обрати стратегію маркетингу.

Маркетингова стратегія є визначальною серед інших функціональних стратегій, тому необхідно проводити ретельний аналіз ринку та аналіз виробництва, а вже потім розробляти таку маркетингову стратегію, яка зможе дати найбільш ефективний результат для підприємства (прибутковість інвестицій, та акцій, збільшення ринкової частки, збільшення частки нових продуктів тощо).

Процес розробки маркетингової стратегії підприємства передбачає створення і практичну реалізацію довгострокових рішень стосовно способів задоволення потреб існуючих та потенційних клієнтів. Мета розробки стратегії - визначення основних пріоритетних напрямків розвитку фірми. Стратегія повинна бути спрямована на оптимальне використання можливостей компанії, розкриття її потенціалу. Предметом маркетингової стратегії є вирішення питань щодо того, які продукти мають бути освоєні підприємством і яким чином це можна виконати. При цьому основними завданнями у розробці маркетингової стратегії є такі:

- визначення цілей та напрямів діяльності підприємства;
- координація різних напрямів діяльності;
- оцінка слабких і сильних аспектів підприємства, його ринкових можливостей та загроз з боку ринку;
- визначення можливих варіантів діяльності та розвитку підприємства;
- створення сприятливих умов для ефективного розподілу продукції підприємства;
- оцінка маркетингової діяльності підприємства [4, с. 297].

Так, процес розробки маркетингової стратегії умовно можна поділити на ряд етапів(табл. 1.).

Таблиця 1. Процес розробки маркетингової стратегії

Етап	Зміст етапів	Сутність
1. Формування цілей		Надзвичайно відповідальний процес з якого усе починається. Від нього залежить успіх підприємства, а також увесь спектр ризиків його функціонування.
2. Стратегічний аналіз і діагностика	Аналіз зовнішнього середовища	Даний етап роботи передбачає здійснення зовнішнього і внутрішнього аналізу: вивчення ринку, на який планує вийти підприємство; проведення маркетингових досліджень, оцінка ємності ринку та об'єму продаж основних конкурентів; аналіз підприємства з точки зору позиціонування, окупності, товарообігу, структури.
	Аналіз внутрішнього середовища	
3. Розробка варіантів стратегії	формування цілей сегментування	На основі проведеного стратегічного аналізу відбувається розробка варіантів стратегії. Вибір методу сегментування, розроблення груп споживачів, оцінювання сегментів з подальшим вибором пріоритетних ніш, розробка політики ціноутворення, спілкування із споживачами, управління персоналом, модифікації товару, поповнення послуг, управління обслуговуванням клієнтів, формування процесів створення нових послуг.
	маркетинговий комплекс	
4. Планування реалізації		Комплекс заключних робіт передбачає розробку заходів для досягнення зазначених раніше цілей на довгострокову та середньострокову перспективу. Також визначається механізм контролю та оцінка ефективності проведених заходів.

Формування маркетингової стратегії – досить складний і відповідальний процес. Послідовна розробка маркетингової стратегії підприємства дасть змогу не тільки правильно вибрати шлях упровадження стратегії маркетингу, а й отримати необхідний результат, що очікує підприємство. У зв'язку з цим необхідно враховувати динамічність процесу реалізації продукції підприємства на конкурентному ринку, а також виробничі можливості підприємства стосовно її реалізації.

Література

1. Словарь терминов рыночной экономики / Ионова А. Ф., Комаров М. А., Максимов М. М. и др.; под ред. В. М. Питерского. – М.: Недра, 1994. – 336 с.
2. Бутенко Н. В. Основи маркетингу : навч. посібн. / Бутенко Н. В. – К. : Видавничополіграфічний центр "Київський університет", 2004. – 140 с.
3. Тематичний модуль "Розробка маркетингової стратегії" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.management.com.ua/marketing.
4. Дем'яненко С. І. Менеджмент аграрних підприємств : навч. посібн. / С. І. Дем'яненко. – К. : КНЕУ, 2005. – 347 с.
5. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навч. посібн. / Кіндрацька Г. І. – К. : Знання, 2006. – 366 с.

УДК 338:

Деменко О.А., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

УПРАВЛІННЯ АНІМАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ТУРИЗМІ

Сучасний ритм життя людини насичений і різноманітний. Технічний прогрес, урбанізація, екологічне забруднення, одноманітність праці, зміна життя людини, більші навантаження на роботі та навчанні призвели до того, що людина швидко втомлюється і потребує швидкого відновлення сил. Це стало поштовхом до змін її потреб у відпочинку і відповідно до зміни змісту туристичних послуг.

Джон Уокер, який надає відпочинку велике значення, кваліфікує його як процес, спрямований на створення середовища, що сприяє відкриттю в собі і розвиток рис, які роблять людину щасливою. Уокер вважає, що до вибору виду відпочинку потрібно підходити з такою ж серйозністю, як і до вибору будь-якої справи, так як повноцінний відпочинок дозволяє підвищити якість життя взагалі. Тепер крім розміщення і харчування турист став включати й інші елементи, спрямовані на задоволення потреб у розвагах, веселому проведенні дозвілля, в емоційному розвантаженні. У попуті туристичної діяльності і термінології готельного обслуговування виникло поняття «туристична анімація».[1]

Першим серед українських авторів розглядає дозвілля як культурно-рекреаційну діяльність В. Кірсанов. В його роботах послідовно розкриваються психологічні аспекти дозвілля, вплив мистецтва на рекреаційні процеси, значення фізичної культури для розвитку людини. Кірсановим вперше в українській культурології застосовується термін «соціокультурна анімація» у контексті дозвіллевої діяльності.[2]

Туристична анімація – це послуга, що підвищує якість обслуговування, а з іншої сторони – це форма реклами, за допомогою якої можна повторно залучити гостей і їх знайомих, допомагає просуванню туристичних послуг на ринку для підвищення прибутку туристичного бізнесу. Анімація – це також діяльність з розробки та надання спеціальних програм проведення вільного часу. Такі програми включають в себе багато цікавих розваг, таких як спортивні ігри і різні змагання, танцювальні вечори, карнавали, що набули особливого поширення в готельних закладах. Анімація є одним з основних послуг для залучення людей в готель. Вона допомагає вплинути на позитивну оцінку

роботи готелю. Це додаткові послуги клієнту, які допомагають вплинути на його думку, викликати гарні і позитивні емоції, щоб ще раз повернутися до готелю. [3]

Анімація є новим, необхідним напрямом організації дозвілля закладах готельного господарства і на сьогодні не є до кінця дослідженою. Вона є новим видом послуг у сфері туризму зокрема і в Україні. Тому у своєму розвитку повинна спиратися на досвід розвинених туристичних держав. В Україні анімаційні послуги пропонують майже всі готелі. Але, на жаль, більшість цих послуг є стандартними і не відрізняють готель з поміж інших і вже не є цікавим для туриста.

Готельна анімація – це готельна послуга, яка заснована на особистих контактах аніматора з гостями готелю, на спільну участь їх в розвагах, пропонованих анімаційною програмою готельного підприємства. Вона має на меті реалізацію нової філософії готельного обслуговування – підвищення якості послуг і рівня задоволеності гостя відпочинком.

Готельна анімація є одним з ефективних засобів залучення гостей в готель. Вона впливає і на позитивну оцінку роботи готелю в цілому. Таким чином, значення готельної анімації полягає в підвищенні якості, різноманітності та привабливості готельних послуг; збільшенні кількості постійних клієнтів і попиту на готельний продукт; підвищенні навантаження на матеріальну базу підприємства, а отже, і в підвищенні ефективності її використання, прибутковості та рентабельності готельної діяльності.

При організації анімаційних програм необхідно враховувати особливості, які притаманні різним віковим категоріям відпочиваючих на туристичних об'єктах. Наприклад молоді є дуже активною, і головне для них провести свій час максимально весело і цікаво. До цього періоду життя юнаки і дівчата стають фізично зрілими, формується їх характер і світогляд. Основними видами діяльності цього періоду є навчання і продуктивні праці, які вимагають великої напруги сил. Люди більш старшого віку полюбляють комфортні умови і спокійний відпочинок. Дозвілля літніх людей має бути орієнтоване, насамперед, на активацію особистої активності людини, формування її життєвого тону.

Для створення умов комфортного, різноманітного, цікавого відпочинку, забезпечення високоякісного обслуговування дозвілля в готелях аніматорами розробляються програми відпочинку, понуються спортивні заходи (кінні прогулянки, парусний спорт, гірський туризм, екскурсії), азартні ігри, відвідування історичних пам'яток. Різноманітність форм проведення дозвілля є запорукою успішного функціонування всього готельного комплексу.[4]

Готельні підприємства надаючи анімаційні послуги, повинні дотримуватися концепції свого підприємства та орієнтуватися на різні сегменти споживачів. Для підвищення ефективності потрібно робити масштабні реклами, проводити цікаві і не звичайні заходи, вводити програми які будуть відрізнятися від програм конкурентів.

Розвиток анімації в Україні бажає бути кращим. Попри наявність широкого спектру природних і культурних ресурсів, гарне географічне положення, духовність і гостинність народу, країна не стала об'єктом масового туристичного інтересу. Причина такого стану – у відсутності сучасної туристичної інфраструктури, недостатньому наданні високоякісних послуг і низькому рівні науково-методичного забезпечення туризму. Завдяки гарному поєднанню теорії і практики анімація може стати гарним стимулятором інтересу до України як туристичної країни, та важливим чинником впливу на розширення культурно-рекреаційних і економічних можливостей українського туризму.

Отже, добре організована анімаційна робота – це критерій успішності туристичної

діяльності і важлива умова для функціонування готельного підприємства. Правильно організована анімація не залишає гостя без належної уваги, а значить він постійно зайнятий тим, що приносить йому задоволення, викликає позитивні емоції, гарний настрій і збуджує бажання повернутися до таких емоцій знову, тобто повернутися назад до готелю. Анімаційна діяльність для успішного функціонування повинна, з одного боку дотримуватися концепції закладу, з іншого - збільшувати спектр ексклюзивних та різноманітних анімаційних послуг, які будуть викликати бажання постійних клієнтів повертатися сюди знову і можливо закликати потенційних клієнтів. На українському ринку готельних послуг є всі можливості для розвитку анімаційної діяльності.

Для подальшого розвитку українські готелі повинні спиратися на іноземний досвід, а також додавати до звичайної анімації ексклюзивні послуги, які будуть характерними тільки для українських готелів і зможуть привернути увагу іноземних туристів. [5]

Література

1. Уокер Д. Введення в гостинність. М.: Видавниче об'єднання «ЮНІТІ», 1999. - 463с.
2. Кірсанов В. В. Теоретичні основи соціокультурної анімації (історико-культурний аспект) / В. В. Кірсанов. – // Вісник книжкової палати. – 2000. – №10 – С. 32 – 36.
3. Курило Л.В. Теорія і практика туристської анімації в 2 т.: Т.1. Теоретичні основи туристської анімації, 2006. - 180 с.
4. Грачова О.Ю. та ін. Організація туристичного бізнесу: технологія створення турпродукту: навчально-практичний посібник. - М: Видавничо-торгова корпорація «Дашков і К°», 2009. - 276 с.
5. Гаранін Н.І. Менеджмент туристичної і готельної анімації: навч. посіб. / Н. Гаранін, І. Булигіна, 2003. – 128 с.

УДК 378,1

Зеленський О.Г., студент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ, ЯК СКЛADOVA МАРКЕТИНГУ ТА СПОСОБИ ЇЇ ПОЛІПШЕННЯ

У сучасних ринкових умовах для успішної діяльності підприємства потрібна реклама. Вона призначена для населення, адже інформує безпосередніх покупців про появу нових товарів, їх переваги, сприяє формуванню попиту на окремі товари і, отже, збільшення продажів.

В якості рекламних засобів, звернених до населення і колективних покупців, підприємства використовують розміщення реклами на телебаченні, радіо, публікації в газеті, зовнішньої реклами в місцях масових скупчень людей наприклад на білбордах, зупинках.

Реклама – давній спосіб впливу на споживачів. На сьогоднішній день цей спосіб є найпоширенішим і найпопулярнішим маркетинговим комунікаційним інструментом.

Реклама – це засіб поширення інформації і переконання людей, вона створює уяву про продукт, викликає довіру до нього та бажання купити цей продукт чи послугу [1].

Нерідко її використовують для маніпулювання людськими відчуттями та бажаннями. Рекламуючи товари та послуги, фірми публічно подають дані про свої можливості за допомогою психологічних, технічних та художніх прийомів з метою посилення попиту і збільшення їх реалізації. Але які б оцінки ми не давали рекламі, можна абсолютно точно сказати про одне, що всім нам ще довго доведеться мати справу з рекламою – і як споживачам, і як людям, напряму причетними до її створення.

Перший етап. Для складання плану реклами необхідно залучити всіх керівників основних підрозділів, де головним буде представник відділу маркетингу. Відбувається

визначення яким товарам потрібна реклама та час на проведення реклами.

На другому етапі потрібно проаналізувати кожен товар, на який термін та де буде розміщена реклама. Також необхідно враховувати можливість виготовлення додаткових рекламних матеріалів для даного заходу.

Ефективно буде вибрати декілька варіантів розміщення реклами. Потім відділ реклами займається пошуком інформації про видання в ЗМІ, примірному обсязі повідомлень, уточнюється їх вартість і термін розміщення. Проведена робота дає змогу розробити проект плану по рекламі.

Третій етап – на ньому вже визначаються бюджет на рекламу. Залежно від виділеної суми, проводиться коригування плану проекту. Якщо ж виділених коштів не вистачає, то в плані можна буде зменшити площу видання чи час трансляції повідомлення.

На останньому етапі – потрібно провести аналіз необхідності в рекламі з можливостями фірми. Доцільно розробляти план на рік, так як він дає чітке уявлення про потреби підприємства в рекламі. Якщо ж такий план на підприємстві не розроблений, то, як правило, проводиться випадковий вибір і випадкове розміщення реклами, а це впливає на її ефективність та збільшує витрати на рекламу [2].

Кінцеві цілі реклами пов'язані з попитом на товари, такі як: створення попиту; підтримання попиту; розвиток попиту.

Планування рекламної кампанії:

- аналіз цільової аудиторії рекламного впливу;
- визначення специфіки цілей рекламної роботи;
- порівняння розрахункової суми з відпущеними засобами;
- розрахунок витрат для досягнення цілі;
- визначення особливості рекламних заходів залежно від товару чи він є промислового чи індивідуального призначення;
- пошук оптимальних каналів розподілу;
- розгорнутий план рекламної кампанії.

При визначенні цільової групи рекламного впливу потрібно:

1. Визначити конкретний ринок, що вас цікавить;
2. Порівняти товар з аналогічною продукцією конкурентів на ринку, відповідно:
 - доступності товару для споживачів;
 - найважливіших вимог потенційних покупців;
 - впізнаваності цього товару на ринку.
3. Визначення споживчого сегменту ринку;
4. З'ясувати, чи існують на інших ринках сегменти схожих покупців для збільшення кількості потенційних клієнтів.

Одним з шляхів підвищення ефективності рекламної діяльності є необхідність налагодженого обліку ефективності реклами, що дозволить отримати інформацію про доцільність рекламних заходів і результативності їх окремих видів, та визначити оптимальні умови впливу реклами на потенційних покупців.

Достовірно точно визначити ефективність окремих коштів реклами, рекламній кампанії в основному не є можливим. Однак і підрахунки з похибками теж досить ефективні.

Є два види ефективності впливу реклами на свідомість людини: економічний та психологічний. Психологічний вплив є більш результативним, якщо він приводить потенційних споживачів до купівлі. Таким чином економічна ефективність буде залежати від ступеня психологічного впливу на людину.

Економічну ефективність реклами вимірюють методом виміру її впливу на розвиток товарообігу. Точно встановити який ефект дала реклама, можна тоді, коли збільшення збуту товару відбулось зразу ж після випуску реклами.

Спочатку споживач дізнається про випуск продукції. Наступним кроком є те, коли він цікавиться більш докладною інформацією про якість товару та про його властивості. Потім споживач може віддати перевагу рекламованому товарі, і впевнитись у бажанні придбати його, і тільки потім купляє цей товар.

Для того, щоб зрозуміти на скільки реклама вплинула на збільшення товарообігу, пропонується проаналізувати оперативні дані. Але треба мати на увазі, що крім реклами, на реалізацію товару впливають такі чинники як: якість, властивості, ціна, зовнішній вигляд (упаковка), наявність на ринку товарів-аналогів

Також про економічну ефективність можна судити по результату, який досягли при проведенні рекламної кампанії. Економічний результат визначає співвідношення між прибутком від додаткового товарообігу, отриманого під впливом реклами, та витратами на неї. В цьому випадку зіставляють отриманий ефект від проведення рекламного заходу, з витратами на його здійснення.

Результати співвідношення можуть бути відображені в 3 варіантах:

1. Ефект від рекламної кампанії можуть дорівнювати витратам на його проведення;

2. Результат від рекламної кампанії більше чим витрати на її проведення(це буде прибуток);

3. Результат від рекламної кампанії менше витрат на неї (це буде збиток).

Для оцінки рентабельності реклами потрібно співвіднести витрати до прибутку. Розраховується вона за такою формулою

$$P=P-I$$

де P- рентабельність рекламування товару, у відсотках;

П - прибуток, отриманий від рекламування товару;

I - витрати на рекламу даного товару, в грн. [3].

Ще одним шляхом для поліпшення збуту продукції використовують інтернет. Адже він дає можливість для реклами, що працює на зовнішньому ринку. Реклама в інтернеті подається у двох видах: на сайті і зовнішня реклама.

Веб-сайт є одним з найважливіших маркетингових інструментів. Сайт - це сукупність веб-сторінок, що об'єднані навігаційно, за змістом, і знаходяться на одному сервері. З погляду маркетингу він є набором інформаційних блоків, що містять рекламу та іншу інформацію про товари чи підприємство, або ж інструментом для взаємодії з одним або декількома сегментами цільової аудиторії.

Основними перевагами реклами через сайти є:

- можливість відобразити велику кількість інформації про товар через звук, картинку, відео зображення, графіку, текст.

- великий тираж;

- швидке поширення інформації;

- доступність інформації 24 години на добу для користувача в будь-якій точці земної кулі;

- охоплення різної аудиторії, як загальної, так і цільової;

- оперативність у зміні інформації, що дає їй високу актуальність;

- можливість зворотного зв'язку, тобто отримання оперативної реакції на рекламу;

- подача інформації різними мовами за допомогою різних прийомів, з огляду на

особливості аудиторії;

– ненав'язливість рекламного послання і, як наслідок цього, інтернет-реклама менше викликає роздратування аудиторії [4].

Отже, як важливий інструмент маркетингової політики фірми реклама має інформувати споживачів про наявність товару, його ціну, техніко-експлуатаційні характеристики, переваги стосовно аналогічної продукції конкурентів, місце, де товар можна придбати, і т.п. Однак передовсім сучасна реклама має спонукати до купівлі, тому що в цьому й полягає її сутність та основна функція.

Тому в рекламній діяльності необхідно керуватися такими основними принципами:

– реклама мусить створити, підтримати, поглибити імідж фірми та її товару (послуги);

– реклама мусить поліпшити імідж давно створеного товару;

– реклама має змусити покупця купувати товар у період спадання попиту;

– реклама має зацікавити покупця, який належить до ще неохопленого сегмента ринку;

– реклама має спростувати те, що може стати причиною упередженого або неприхильного ставлення до товару чи послуги, сприяти тому, щоб у майбутнього споживача з'явилося бажання придбати цей товар.

Правильно проведена рекламна кампанія допоможе службі маркетингу забезпечити постійний високий рівень продажу товарів та послуг, швидко реагування на зміни ринкової ситуації, вжиття відповідних заходів для нейтралізації діяльності конкурентів, коригування діяльності згідно зі змінами вимог покупців.

Література

1. В. В. Божкова, Ю. М. Мельник підр. «Реклама та стимулювання збуту» Київ 2009.[Електронний ресурс] / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник-. Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua/>

2. Уэллс У. Реклама: принципи і практика: Пер. з англ./ Уильям Уэллс.; Джон Бернет, Сандра Мориарті. - 7-е видан.. - СПб.: Пітер, 2001. - 735 с.

3. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. М 64 Основи рекламної діяльності: Навчальний посібник. – Дрогобич, 2007. – 102 с. [Електронний ресурс] <http://econom.mdpu.org.ua/>

4. І. В. Бойчук, О. М. Музика інтернет в маркетингу підручник Затверджено Міністерством освіти і науки України для студентів вищих навчальних закладів Київ «Центр учбової літератури» 2010 [Електронний ресурс] <http://shron.chtyvo.org.ua/>

УДК 387.1

Колісник П.М., студент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ЕФЕКТИВНА АДАПТАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ – СКЛАДОВА УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА

Що таке адаптація? Звернувшись до словника-довідника «Управління персоналом», знайдемо таке визначення адаптації: «Адаптація – пристосування організму, індивіда, колективу до умов середовища, які змінюються, або до своїх внутрішніх змін, що призводить до підвищення ефективності їх існування та функціонування».

Адаптація персоналу буває кількох видів.

Соціально-психологічна адаптація – це взаємодія особистості та соціального середовища, яка призводить до оптимального співвідношення цілей та цінностей особистості і групи, простіше кажучи, – це процес входження працівника у новий колектив.

Психологічна адаптація персоналу – це звикання працівника до нових умов праці та відпочинку. Вона багато в чому залежить від здоров'я людини, захисних здатностей організму та умов роботи.

Соціально-організаційна адаптація – пристосування до середовища загалом, тобто до його адміністративно-правових, соціально-економічних, управлінських та рекреаційно-творчих аспектів.

Існують також й інші системи класифікацій. Наприклад, за відношенням «суб'єкт-об'єкт» адаптація може бути активною (коли індивід намагається вплинути на середовище, щоб змінити його. Зазвичай це притаманно лідерам та реформаторам) і пасивною (коли такого прагнення нема).

Якщо брати за основу класифікації спосіб впливу на працівника, то розрізняють прогресивну адаптацію (яка сприятливо впливає на працівника) та регресивну (коли працівник пасивно засвоює певні негативні явища нового середовища).

Процес адаптації передбачає вирішення кількох завдань. По-перше, це зменшення стартових витрат роботодавця, оскільки на початковому етапі, коли новачок ще не розібрався, що й до чого, його ефективність нижча, ніж потрібно, і це вимагає додаткових зусиль з боку інших осіб.

По-друге, адаптація допоможе знизити рівень хвилювання та невизначеності нового працівника.

Не менш важливим у процесі адаптації є скорочення плинності кадрів. Адже якщо новачок буде відчувати дискомфорт на новому місці і не дочекається підтримки з боку більш досвідчених колег, він може звільнитися.

І, зрештою, правильно організований процес адаптації дозволить зекономити час керівника та працівників, бо надалі їм не доведеться постійно пояснювати новому працівникові нюанси роботи – він сам невдовзі стане повноправним членом колективу.

Фактори впливу на процес адаптації. Фактори трудової адаптації – це умови, які впливають на термін, тривалість і результати процесу адаптації. Вони можуть бути суб'єктивними та об'єктивними.

До об'єктивних факторів належить рівень організації праці, механізація та автоматизація виробничих процесів, санітарно-гігієнічні умови праці, кількість членів колективу, місцерозташування організації, спеціалізація тощо, тобто це умови, які найменшою мірою залежать від працівника.

Серед суб'єктивних факторів можна виділити такі: стать, вік, освіта, кваліфікація, досвід роботи та соціальне становище працівника; готовність і здатність до праці, практичність, самоконтроль, уміння раціонально діяти і відповідати за власні вчинки та інші фактори, які залежать від характеру й особливостей кожного окремого індивіда.

Процес адаптації. Умовно процес адаптації можна поділити на кілька етапів.

На першому етапі здійснюється оцінювання, тобто визначається рівень підготовки кандидата. Тут багато чого залежить від того, чи має працівник, окрім спеціальної підготовки, ще й досвід роботи. Якщо так – то період його адаптації буде мінімальним. Однак при цьому варто пам'ятати і про індивідуальний підхід – адже у різних організаціях одні й ті ж самі завдання можуть вирішуватися по-різному, тому до працівника слід «придивлятися» та в разі необхідності дати корисну пораду чи допомогти.

Крім цього, потрібно ознайомити нового працівника з особливостями компанії, персоналом, корпоративною культурою, правилами поведінки тощо.

На другому етапі адаптації слід перейти до практичного ознайомлення працівника з його обов'язками та вимогами, які перед ним висуває компанія. Іншими словами, це так зване введення у професію. На цьому етапі передбачається проведення ряду лекцій,

екскурсій, практикумів. Працівник отримує загальну інформацію, зокрема, про:

- компанію (цілі, пріоритети, проблеми, традиції, норми, стандарти, продукцію, споживачів, структуру, керівників тощо);

- політику організації (принципи кадрової політики і підбору персоналу, напрями професійної підготовки та підвищення кваліфікації, правила користування телефоном усередині організації та збереження комерційної таємниці і роботи з технічною документацією);

- оплату праці (порядок і форми оплати праці, оплату понаднормових робіт і роботи у вихідні та святкові дні);

- додаткові, порівняно із законодавством, пільги (медичне страхування, оплата проїзду);

- охорону праці і дотримання правил техніки безпеки тощо.

Після проведення такої загальної адаптаційної програми слід перейти до спеціалізованої. Вона передбачає вирішення тих питань, які безпосередньо пов'язані з певним підрозділом чи посадою. На цьому етапі провадяться бесіди із працівниками підрозділу, в якому працює новачок, а також співбесіди з керівником.

Працівник ознайомлюється з:

- функціями підрозділу (цілями, пріоритетами, напрямими діяльності, взаємодією з іншими підрозділами та взаємостосунками всередині підрозділу);

- функціональними обов'язками і відповідальністю;

- правилами, встановленими лише для цього виду діяльності або цього підрозділу (правила гігієни праці, інформування про нещасні випадки, поведінки на робочому місці, використання того чи іншого обладнання, техніки безпеки тощо).

У цей період працівник знайомиться з трудовим колективом підрозділу.

Далі настає третій етап адаптації, коли новачкові надається можливість активно діяти. Тут він може перевірити свої знання і повною мірою проявити уміння та навички. При цьому надзвичайно важливо максимально підтримувати нового працівника і разом з ним оцінювати ефективність його діяльності та аналізувати особливості взаємодії з колегами.

Завершується процес адаптації так званим періодом функціонування, коли працівник уже вмiє самотужки вирішувати виробничі й особисті проблеми, відчуває впевненість, стабільно працює та зрештою стає повноправним членом колективу. Зазвичай такий період настає після 1-1,5 року роботи. Однак якщо процес адаптації регулювати правильно, то цей термін можна скоротити до кількох місяців. Скорочення адаптаційного періоду, звичайно ж, вигідне як для самого працівника, так і для компанії в цілому.

Які працівники потребують особливої уваги?

При формуванні адаптаційних програм слід враховувати певні категорії працівників, які потребують особливої уваги. Так, люди старшого віку незважаючи на свій досвід, також потребують навчання і їм зазвичай складніше входити в новий колектив, ніж молоді.

Слід звернути увагу на адаптацію жінок, які вийшли на роботу після відпустки для догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку. Адже за час перебування вдома ритм їхнього життя дуже змінився, з'явилися певні прогалини у знаннях. Тому для того щоб уникнути труднощів у адаптації та психологічного дискомфорту, слід враховувати ці моменти і приділяти таким жінкам більше уваги та проявляти терпіння.

Свої особливості має також адаптація осіб з обмеженими можливостями та працівників, що повернулися на роботу після навчання на курсах.

Успішність адаптаційного періоду залежить як від професійних та особистісних

якостей нового працівника, так і від спільних дій його безпосереднього керівника і менеджера з персоналу.

Для того щоб адаптація пройшла вдало, новачка слід з першого ж дня забезпечити робочим місцем, посадовою інструкцією, усіма необхідними засобами для здійснення його професійних обов'язків. Також керівник або представник кадрової служби повинен підготувати для нового працівника план роботи на випробувальний термін (якщо такий встановлено), поінформувати інших членів колективу про вихід новачка, познайомити його з колегами та, в ідеалі, – дати наставника (або досвідченого працівника) на весь період адаптації. Тобто адаптація має бути структурованою, а не хаотичною.

Завдання керівника або менеджера з персоналу – допомогти новому працівникові якнайшвидше освоїтися на новому місці та досягти максимальної продуктивності праці в найкоротший термін. Для цього слід регулярно проводити бесіди з таким працівником, аби з'ясувати, наскільки він задоволений новою роботою, як складаються взаємини з колегами, чи нічого не викликає психологічного дискомфорту, та, аналізуючи інформацію, визначити рівень мотивації новачка і його зацікавленості у роботі.

У процесі адаптації потрібно поступово ускладнювати завдання, які він виконує, і, разом з тим, контролювати його помилки та конструктивно їх аналізувати. Доцільно при цьому продумати систему додаткового заохочення працівника за успішно виконаними завданнями.

Особливу увагу слід приділяти тому, як новачок впливається у колектив. Для активізації цього процесу радимо проводити в колективі всілякі корпоративні заходи, які сприяють об'єднанню працівників та розвитку групової динаміки.

Врешті-решт менеджер з персоналу або наставник має стежити за тим, чи дотримує його підопічний правил трудової дисципліни і в якій мірі він уже здатний самостійно виконувати свої обов'язки.

Дослідження, проведені західноєвропейськими компаніями, свідчать, що якісна програма адаптації здатна скоротити плинність кадрів на 10-20 % на рік.

Згідно з даними глобального дослідження, яке провела компанія Executive Search, усього 30 % топ-менеджерів задоволені програмою адаптації у новій компанії, 38 % оцінюють свою ефективність у перші місяці на новій роботі як середню, 22 % – нижчою за середню, 10 % – низькою.

Окрім цього, 54 % опитаних стверджують, що досягли максимальної продуктивності праці лише через 3-5 років після початку роботи.

УДК:656.611

*Криворученко А.Г., студентка
Запорізький національний університет*

ЗНАЧЕННЯ МОРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ КОНТЕЙНЕРОВОЗАМИ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Морські перевезення з використанням контейнерів на сьогоднішній день набувають значної популярності для глобальної економіки, навіть не зважаючи на те, що становлять собою лише одну восьму частину всього світового флоту. Кораблі з перевезень великогабаритних контейнерів мають важливе значення для доставки товарів народного споживання по всьому світу. За останнє десятиліття серед усіх видів транспорту дуже зросло значення контейнеровозів. За цей період також збільшилась їх середня потужність. Найпотужніший контейнеровоз на сьогоднішній день може перевезти 19200 контейнерів. Також розробляються кораблі з потужністю перевезення

понад 21000 контейнерів.

Великі контейнеровози мають ряд переваг та недоліків. Вони сприяють зниженню морських транспортних витрат, розвитку глобальної торгівлі, відкривають можливості для перевезення великої кількості вантажу за один раз, зниженню витрат на паливо та економії щодо доставки товарів в цілому. Але необхідним є перебудова інфраструктури, придбання додаткового обладнання. До зміни інфраструктури можна віднести такі поняття як: ширина / глибина річки, зміцнення причальної стінки, висота мостів, та портові споруди. Великі контейнеровози також вимагають збільшення ємності причалів. Транспортні витрати щодо переобладнання можуть бути значними.

Динаміка транзитного вантажопотоку морським видом транспорту в Україні має позитивну динаміку. У 2008 році морським транспортом було перевезено 2694,0 тис. тон вантажів, у 2009 році – 3487 тис. тон, 2010 – 3660,4 тис.тон, 2011 – 3912,1 тис.тон, 2012 – 1637,7 тис. тон. [1]

Об'єм перевезень морським видом транспорту у період з 2007 до 2011 року зріс з 2,7 млн. тон до 3,9 млн. тон. Їх частина у загальному об'ємі транзитних перевезень збільшилась з 2,5% до 6,7%. Але вже до 2012 року об'єм перевезень транзитних вантажів цим видом транспорту скоротився більше, ніж у два рази у порівнянні з попереднім роком. Це пов'язано з переорієнтацією вантажопотоку у напрямку морських портів Російської Федерації у зв'язку з тим, що українські порти невідгідно відрізняються від портів країн - конкурентів за показниками тарифів на переробку контейнерів та суднозаходу до портів України.

За даними Міністерства інфраструктури України, найбільше падіння обсягів перевалки транзитних вантажів спостерігалось в Одеському та «Південному» морських торговельних портах, в яких основну частку зазначених транзитних вантажів складають казахська нафта і казахський мазут. За даними експертів, 83% казахської нафти експортується в Італію, Китай і Туреччину, і самі перевезення зазначених вантажів нафтотрейдери переорієнтували через російські порти. [2]

Перевезення вантажів річковим транспортом становило максимум упродовж 2007 – 2008 років, але в подальшому перевезення зовсім зійшли до мінімумів через фінансово-економічну кризу. Було втрачено багато транзитних потоків, які проходили через річкові порти України з країн Європи та Канади до країн СНД та з країн СНД до країн Європи, Азії та Африки. У 2012 році перевезення річковим видом транспорту стали відновлюватись за рахунок створення контейнерної лінії перевезень по маршруту Стамбул – Дніпропетровськ.

У 2014 році контейнерообіг портів скоротився на 14,8% у порівнянні з 2013 роком. Лідуючі контейнерні порти в Україні залишаються Одеський та Іллірійський морські торговельні порти. В Україні переробка контейнерів відбувається на п'яти контейнерних терміналах.

Проаналізувавши показники транзитних перевезень морським та річковим видом транспортів по території України та інформацію щодо контейнерних перевезень, можна зробити висновок, що для української економіки є вигідним запровадження таких перевезень по території країни. Показники перевезень морським видом транспорту є значними. У разі відновлення транзиту держава стане привабливішою для іноземних партнерів. До того ж країна має вигідне економіко-географічне розташування та незамерзаюче Чорне море.

В Україні вже розвивається перевезення по каналу Дунай – Чорне море. Була перебудована дамба. Вже сьогодні Дунай може приймати судна з осадкою понад 5,5 метрів.

Для залучення іноземних країн до транзиту товарів через територію України

необхідно створювати відповідні умови. Прикладом може бути скорочення часу на перевірку вантажів митницями, спрощена процедура пропуску товарів, що перевозяться в контейнерах, через держкордон України в морських портах, що сприятиме збільшенню обсягів товарів через пункти пропуску, розташовані в Одеському, Іллічівському морських торговельних портах.

Хоча витрати на переобладнання інфраструктури в Україні можуть бути значними, але Україна зможе виходити на нові ринки збуту, зміцнювати відносини з іноземними країнами, позиціонувати транзитні перевезення як екологічно чисті, без використання забруднюючого автомобільного транспорту.

Література

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mtu.gov.ua>

УДК 338.4

Купчін А., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Готельна індустрія в наш час є сферою послуг з високим рівнем конкуренції. Основними факторами, які визначають попит на готельні послуги, є ціна та якість. В свою чергу, якість готельних послуг повинна відповідати ряду показників, які базуються на дотриманні вимог нормативних документів та досягнення яких можливе за умов визначення цілей в області якості, планування, управління якістю та її організаційно-ресурсного забезпечення, на що спрямована політика підприємства в області якості.

Під управлінням якістю послуг, які надаються закладами готельного господарства, розуміють постійний, планомірний, цілеспрямований вплив на всіх рівнях на фактори та умови, що забезпечують надання послуг оптимальної якості і повноцінне їх споживання [1].

Якість – поняття комплексне, воно охоплює та характеризує всі сторони діяльності підприємства гостинності: розробку стратегії, організацію надання послуг, маркетингову політику тощо.

Управління якістю – це такі напрями діяльності функції загального управління, які визначають політику в галузі якості, мету і відповідальність, а також здійснюють їх за допомогою таких засобів як планування якості, керування якістю, забезпечення якості та поліпшення якості в межах системія якості[2].

Система управління якістю готельних послуг в ринкових умовах господарювання розглядається, насамперед, як своєрідний механізм управлінських відносин, який включає:

- закони управління якістю, тобто суттєві, періодично повторюванні взаємозв'язки між елементами системи управління якістю, які забезпечують її функціонування та цілісність;

- об'єкт управління якістю: підрозділи підприємства сфери гостинності, характеристика готельних послуг;

- функції і методи управління якістю, тобто конкретні форми та засоби цілеспрямованого впливу органів управління якістю на інтереси та умови життєдіяльності працівників підприємств готельного типу;

- фактори управління якістю: на що спрямовано діяльність у галузі якості з метою досягнення визначених цінностей;

- інформацію, тобто сукупність даних для прийняття рішень щодо якості послуг;

- методика та інструментарій впливу суб'єкта управління якістю на об'єкт: плани, технології, рішення, норми та нормативи, форми матеріального та морального стимулювання;

- технічні засоби збору, обробки та збереження інформації, технології виконання робіт, які підвищують продуктивність та ефективність управлінської праці у сфері якості;

- організаційну структуру - тобто внутрішню будову системи якості, яка відображає розподіл праці підприємствах готельного типу та специфіку виконання конкретних функцій та методів діяльності у сфері якості;

- кадри управління якістю, тобто керівники, спеціалісти, допоміжний персонал.

З урахуванням сучасного стану розвитку готельної сфери України, її соціально-економічного стану назріває об'єктивна необхідність розробки, впровадження і використання системи оцінювання та контролю якості послуг у кожному готельному підприємстві. Системний підхід дає змогу об'єктивно вибрати масштаби та напрями управління якістю, комплекс послуг, форми та методи організації обслуговування, що забезпечать найвищу ефективність зусиль, спрямованих на підвищення якості послуг. У перспективі раціоналізація процесу управління якістю зумовить швидкі темпи підвищення процесу обслуговування, приведе до збільшення прибутку, завоювання цільового сегмента ринку – з одного боку, і дасть змогу отримати сертифікат якості послуг та створити відповідний імідж підприємства на ринку ділових партнерів і ринку споживачів, – з іншого.

Ефективне управління якістю послуг надає пріоритет споживачам і спонукає підприємства сфери гостинності розробляти комплексну політику якості, яка охоплює соціальні, економічні, технічні, правові аспекти. Підвищення якості послуг має важливе значення для готельного підприємства, споживача та національної економіки в цілому. Надання якісних послуг відвідувачам сприяє збільшенню обсягів їх реалізації, рентабельності підприємства, зростанню престижу готелю. Споживання послуг поліпшеної якості та більшої споживчої вартості зменшує поточні витрати споживачів та забезпечує більш повне задоволення їх вимог. Звідси випливає необхідність постійної, цілеспрямованої, роботи готельних підприємств щодо поліпшення якості послуг.

Принципи та елементи систем якості, які охоплюють усі процеси, необхідні для забезпечення ефективності послуги, від маркетингу до її надання, включаючи аналіз послуги, встановлює «ДСТУ ISO 9004-2-96 Управління якістю та елементи системи якості. Частина 2. Настанови щодо послуг». Цей стандарт поширюється на установи, організації, підприємства, в тому числі готельні, що діють на території України, незалежно від форм власності [3-4].

Формування якості на підприємствах сфери гостинності має свої особливості і пов'язано з, а саме:

- неправомірно ототожнювати якість обслуговування та якість послуг;
- послуги задовольняють конкретні потреби, а не абстрактні;
- специфічні особливості якості послуг та якості продукції.

З урахуванням сучасного стану розвитку готельної сфери України, її соціально-економічного стану назріває об'єктивна необхідність розробки, впровадження і використання системи оцінювання та контролю якості послуг у кожному готельному підприємстві.

Системний підхід дає змогу об'єктивно вибрати масштаби та напрями управління якістю, комплекс послуг, форми та методи організації обслуговування, що забезпечать найвищу ефективність зусиль, спрямованих на підвищення якості послуг. У перспективі раціоналізація процесу управління якістю зумовить швидкі темпи підвищення процесу обслуговування, приведе до збільшення прибутку, завоювання цільового сегмента ринку – з одного боку, і дасть змогу отримати сертифікат якості послуг та створити відповідний імідж підприємства на ринку ділових партнерів і ринку споживачів, – з іншого.

Література

1. Клименко В. І. Проблема управління якістю продукції і послуг та методи її вирішення в готельній індустрії : [Електронний ресурс]. - Режим доступу:<http://geograf.lnu.edu.ua/Publik/Period/vissn/36/Pandjak.pdf>
2. Чоренька Н.В. Організація туристичної індустрії: Навч. посіб./ Н.В.Чоренька - К.: – Атика, 2009. - 392с.
3. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [ел.ресурс] режим доступу<http://jurisconsult.net.ua/zakoni/355-zakon-ukrayini-pr-turizm.html>
4. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги»[ел.ресурс] режим доступу<http://jurisconsult.net.ua/zakoni/355-zakon-ukrayini-pr-turizm.html>

УДК 378.1

Лаврінченко С.В., студент

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ ПІДПРИЄМЦЯМИ

Підвищення уваги до проблеми реалізації професійної етики підприємств можна пояснити тим, що підприємництво відіграє важливу системну роль у ринковій економіці, поєднуючи вирішення суто економічних завдань (виробництва товарів і послуг, утворення фінансового ресурсу тощо) із соціальними (створення робочих місць, забезпечення доходів працюючого населення, реалізації творчого і трудового потенціалу нації).

Спеціалісти в галузі економіки і підприємництва в своїх дослідженнях усе частіше почали звертатися до морально-психологічних понять і явищ: моральної свідомості, етичних настановлень, етичної поведінки, взаємовідносин суб'єктів підприємницької діяльності.

Важливою науковою галуззю у цьому процесі виступила психологія підприємництва, що виникла на перетині психології й економіки та увібрала в себе поряд із усталеними напрямками психологічних досліджень надбання таких її нових напрямів як економічна психологія, поведінкова економіка, психологія бізнесу, бізнес-психологія.

Психологія підприємництва займається вивченням психологічних закономірностей професійної діяльності підприємця, досліджує поведінку підприємця при використанні матеріальних і людських ресурсів, ділові та міжособистісні відносини в процесі реалізації професійної діяльності.

Економічна психологія є комплексним знанням, основу якого складають положення, методи і результати досліджень, накопичені як у теоретичній економіці, так і в психологічній науці, зокрема у таких її галузях, як психологія управління, психологія керівництва і лідерства, психологія менеджменту та організаційна психологія. Предметом економічної психології виступають закономірності психічного

віддзеркалення господарських відносин, головними показниками якого виступають економічна свідомість й економічна поведінка особистості.

Значний вплив на становлення професійної етики підприємців справила етика бізнесу - розділ професійної етики, що вивчає застосування етичних принципів у підприємницькій діяльності. В етиці бізнесу склалися чотири основних підходи до вирішення моральних проблем підприємців, що спираються на чотири етичних напрямки: релігійній етиці, утилітаризмі, етику обов'язку й етику справедливості.

Психологія професійної моральності підприємця є комплексним знанням, основу якого складають положення, методи і результати досліджень, накопичені у психології моральності, психології підприємництва та професійній етиці підприємця. Її основним завданнями є пошук і виявлення найефективніших способів управління процесом реалізації професійної етики підприємцями, виявлення критеріїв розвитку моральної свідомості й морально-відповідальної поведінки, які б відповідали сучасним вимогам до моральності суб'єктів підприємницької діяльності.

Сподіваємося, що виконуване нами дослідження дозволить виявити психологічні умови, дотримання яких сприятиме пом'якшенню протиріччя, що споконвіку існує між етичними цілями підприємницької діяльності, пов'язаної з виробництвом та розподілом економічних благ, та нестримним прагненням підприємців до максимізації власної вигоди.

Література

1. Организационная психология / [Верещагина Л. А., Власов П. К., Дворцова Е. В. и др.] : под ред. П. К. Власова, С. А. Маничева, Г. В. Суходольского. - [2-е изд., испр.и перераб.] - СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та; Х.: Гуманитар. Центр, 2008. - 480 с.

2. Кононець М. О. Формування професійної етики підприємців як актуальне завдання української бізнес-освіти / М. О. Кононець // Управління в освіті: Зб. матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, 14-16 квітня 2011 р., Львів / відп. ред. Л. Д. Кизименко. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. - С. 148-149.

УДК 65.015.3

Мамич А.О., студент

Запорізький національний університет

ОСНОВНІ МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ВИЩИХ ЛАНКАХ УПРАВЛІННЯ

На керівника компанії в ході планування і впровадження інновацій істотно впливають такі чинники:

- характер оточення виконавчого директора або голови, його адміністрація;
- склад ради директорів;
- система і рівень винагород глави компанії.

Незважаючи на те, що лідер компанії є на чолі будь-якого інноваційного процесу, успішне впровадження інноваційних стратегій багато в чому залежить і від характеристики людей, що складають його команду. Багато керівників фірм вважають за краще бути першим єдиним членом такої команди. У більшості компаній, що входять в 100 найбільших в США за оцінками «Business Week», спостерігається суміщення посад голови ради директорів і генерального директора і відсутність кабінету або правління як повноправного, а не допоміжного органу. На думку фахівців, саме цей факт викликає «коронаційну» диктатуру і є причиною консерватизму і відмови від інновацій [1].

Створюючи команду, голова компанії, як правило, об'єднує менеджерів, більш-

менш близьких за віком, походженням, освітою, соціальним станом і світоглядом. Практика свідчить, що більш гнучкі і новаторські фірми управляються більш освіченою і молодією командою з різнобічним досвідом і експертними судженнями. Чим старше менеджери, що входять в адміністрацію глави компанії, тим більше вони схильні до збереження традиційної орієнтації компанії і проходженню історично виправданою стратегії.

Соціологи стверджують, що однорідні групи менеджерів швидше досягають консенсусу, менш схильні до внутрішніх конфліктів і, таким чином, більш згуртовані.

Така команда, тим не менш, має як позитивні, так і негативні сторони. Швидке досягнення згоди і прийняття рішень є гідністю. Однак, з іншого боку, відсутність конфлікту говорить про відсутність альтернативних поглядів і недооцінки інформації, що, природно, впливає на ефективність рішень.

Насправді загальний консенсус на рівні вищої ланки знижує здатність компанії адаптуватися в зовнішньому середовищі. Ставши на шлях стратегічних змін, керівник нового типу управління не прагне оточити себе так званими «yes men» (менеджерами, які завжди згодні). Різні погляди і розбіжності стимулюють керівника компанії до використання більшого обсягу інформації в процесі прийняття рішень та, відповідно, до аналізу більшої кількості альтернативних шляхів впровадження інновацій.

Такий підхід вимагає відмови від формальних ролей і бюрократичних процедур і створення сприятливого мікроклімату для ініціативи, вільного обміну думками та кооперування всіх ланок управління.

Другим фактором, який впливає на керівника компанії, є склад ради директорів.

Як представники інтересів акціонерів і вищого управлінського органу компанії члени ради директорів несуть відповідальність за контроль над діяльністю всіх нижчестоящих керівників. Проте практика показує, що більшість рад директорів не справляються з цією функцією, будучи підпорядковані керівникам компанії, на яких вони повністю покладаються і від яких залежать.

І, нарешті, третій фактор, що впливає на ефективність виконання керівником своєї ролі «двигуна інновацій», - це матеріальне стимулювання його діяльності.

Про нестачу влади і контролю ради директорів свідчить і той факт, що оплата діяльності виконавчих директорів або президентів багатьох компаній практично не залежить від рівня рентабельності і прибутковості цих компаній. Фактичні розміри винагороди встановлюються самими ж топ-менеджерами, вони менш схильні ризикувати і вважають за краще мати гарантовані форми оплати, не пов'язані з результатами діяльності фірми.

Так як компенсації та винагороди є основним мотивуючим чинником, важливою стає проблема вибору методів оплати праці керівників. Якщо ставити в залежність рівень оплати вищого керівництва від ефективності виконання короткострокових завдань, наприклад досягнення певного рівня рентабельності, то очевидно, що керівник буде менш схильний інвестувати в довгострокові програми типу НДДКР і, відповідно, в стратегічні інноваційні програми в цілому. Схильність до новацій спостерігається в компаніях, де оплата менеджерів пов'язана з довгостроковими показниками.

Для дійсного стимулювання керівників до впровадження інновацій необхідно використовувати цілий комплекс компенсаційних інструментів: заробітну плату, бонуси як результат ефективної діяльності фірми і фондовий опціон тобто заохочення менеджера за рахунок надання права покупки акцій компанії за номіналом, що складає значну частину загального доходу при хорошій ринковій кон'юктурі.

Крім матеріального стимулу оплата діяльності вищих менеджерів є ще й свого роду символом. Високий рівень оплати свідчить про наявність стійкої конкурентної

переваги, вільних ресурсів і, відповідно, значного інвестиційного потенціалу.

Коли президент Chrysler Лі Якокка звів свою річну заробітну плату до 1 дол. в 1980 році, він тим самим продемонстрував відданість стратегічним інновацій компанії і мотивував службовців продовжувати працювати навіть в кризовий рік.

Таким чином, ефективна, реально діюча рада директорів може використовувати систему винагороди як інструмент стимулювання управлінської активності в області інновацій. Поєднуючи залежність оплати від довгострокових (або ринкових) і короткострокових (або фінансових) результатів, рада як би надихає вищих виконавчих керівників на прийняття збалансованого ризику, пов'язаного з переорієнтацією компанії.

Література

1. Хозяшева, О.М. Інноваційний менеджмент [Текст] / О.М. Хозяшева. – СПб: «Пітер», 2008. – 133 с.

УДК 658.14:338.439:336

Маслак Е.В., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ЗБУТОВА ПОЛІТИКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ГОСПОДАРСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Збут продукції є найважливішим елементом маркетингової діяльності підприємства, тому що саме на цьому етапі виготовлена продукція потрапляє на ринок і реалізується, а підприємство одержує прибутки і відшкодовує витрачений капітал. І тільки реалізувавши товар і одержавши прибуток, підприємство досягає кінцевої цілі - витрачений капітал набуває грошового вигляду.

Найважливіша функція збуту - доведення товарів від виробника до споживача. Завдання полягає в забезпеченні найбільш швидкого товарообігу з найменшими витратами та необхідності знайти найбільш раціональний канал розподілу і спосіб реалізації.

Проблеми збуту підприємствам необхідно вирішувати під час розробки маркетингової політики. Саме на цьому етапі слід прийняти рішення стосовно вибору ринків збуту, методів збуту і його стимулювання. Розробка збутової політики підприємства передбачає визначення пріоритетних напрямків, засобів та методів, необхідних для активізації збуту.

Розробка збутової політики підприємства повинна базуватись на результатах аналізу наявної збутової системи. Причому цей аналіз доцільно здійснювати не лише за кількісними показниками, але й за якісними: рівень обслуговування, задоволеність і прихильність покупців, результативність комунікаційної політики, правильність вибору сегментів ринку, результативність роботи збутового персоналу тощо.

Формування ефективної збутової політики є однією з невід'ємних умов досягнення успіху, тому при розробці потрібно врахувати її динамічний характер, постійне змінне середовище функціонування, нові методи просування та методи управління. Система збуту повинна бути адаптивною та гнучкою, коригуватися відповідно до потреб споживачів та вимог ринку.

Для створення цілісної картини ефективності збутової діяльності виробничого підприємства розрахунок доцільно проводити поетапно. На першому етапі система показників показує відношення зусиль (затрат), витрачених на збут продукції, до вартості кінцевої продукції (розраховується як середня між вартістю валової продукції та вартістю реалізованої продукції), й частку збутових витрат у сумарних витратах

виробничого підприємства:

$$\hat{A}_\zeta = \frac{\hat{A}_{\text{дт}}}{\hat{A}_\zeta} \quad (1);$$

де E_ζ – показник ефективності збутової діяльності;

$B_{\text{кп}}$ – вартість кінцевої продукції, грн.;

B_ζ – витрати на збут, грн.;

$$\times_\zeta = \frac{\hat{A}_\zeta}{\hat{A}}, \quad (2);$$

де Ch – частка збутових витрат у сумарних витратах виробничого підприємства;

B – сумарні витрати підприємства, грн.

Наступний етап розрахунку показників ефективності збутової діяльності повинен дати відповідь, чи потрібно вносити зміни у таку діяльність на виробничому підприємстві.

Коефіцієнт окупності збутової системи розраховується за формулою:

$$K_o = \frac{\hat{A}_o - \hat{A}_\zeta}{\hat{A}_\zeta}, \quad (3);$$

– де K_o – коефіцієнт окупності збутової системи;

– D_p – дохід від реалізації, грн.;

– B_ζ – витрати збутової системи, грн.

Коефіцієнт рентабельності збутової системи є оберненим до коефіцієнта окупності збутової системи і розраховується за формулою:

$$K_p = \frac{\hat{A}_\zeta}{\hat{A}_o - \hat{A}_\zeta}, \quad (4);$$

Отже, збутова політика - це сукупність взаємозв'язаних елементів збутової діяльності, спрямованих на задоволення потреб споживачів шляхом оптимального використання збутового потенціалу підприємства і забезпечення на цій основі ефективності продажу.

Збут у системі маркетингу має велике значення, оскільки забезпечує зворотний зв'язок з ринком, надає підприємству інформацію про динаміку та структуру попиту, про зміни у потребах і перевагах покупців. Розробка збутової політики є невід'ємною частиною програми маркетингу підприємства.

Література

1. Азарова А.О. Модель удосконалення збутової політики на підприємстві [Текст] / А.О. Азарова, Л.В. Байдалюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2010. - №4, Т.1. - с. 38-42.

2. Балабанова Л.В., Митрохіна Ю.П. Управління збутовою політикою. Навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 240 с.

3. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика. Навчальний посібник. - К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009. - 320 с.

4. Надтока Т.Б. Удосконалення збутової політики підприємства / Т.Б. Надтока, А.Ю. Жигуліна. - Режим доступу:

http://www.nbu.v.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009_5_3/098-102.pdf

УДК 378:372

Мінігулов Т.А., студент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ

Інтенсивний розвиток після кризових ринкових відносин, науки і техніки та процесів глобалізації, несе за собою появу нових поглядів на ринок і вимагає від підприємств гнучкість в прийнятті рішень і адаптивність до умов, які були створені. Ефективним інструментом для компаній є не тільки можливість ефективно адаптуватися до поточного ринку, але і не втратити запланованого прибутку. Все це є впровадження маркетингу.

Постійна конкуренція, зростання, або зниження попиту, зміна смаків та інтересів споживачів, відносини з партнерами є необхідність в гармонійному стимулюванні бізнесу і використовувати окремих інструментів, а також всього комплексу управління маркетингом.

Реалізація маркетингових рішень, через які контролюються основні функції компанії, полягає в : організації, плануванні, мотивації, координації, обліку і контролю. Основна мета маркетингової функції орієнтована на формування споживчого попиту, збільшенню обсягів продажу, частки ринку і прибуток компанії.

Дослідження у сфері стратегічного маркетингового управління полягають у розробці нових та класифікації існуючих стратегій натомість автомобілебудівні підприємства потребують ефективних схем, що спростили б процес вибору маркетингової стратегії, як інструменту управління, відповідно до актуального ринкового середовища, ресурсного забезпечення та інноваційного потенціалу автомобілебудівного підприємства. Радикальна перебудова стратегічної діяльності автомобілебудівного підприємства заради підвищення конкурентоспроможності його продукції передбачає залучення інвестицій як матеріальних так і нематеріальних. У зв'язку з цим, підприємство має бути готовим до таких змін. Цьому передують ряд факторів до яких слід віднести: - готовність персоналу; - технологічну оснащеність обладнання; - наявність фінансових ресурсів на НДДКР; - ефективна маркетингова служба підприємства; - доступність до новітніх технічних ресурсів; - законодавча база; - лоббі та інші. Всі вищезгадані фактори можна згрупувати за рівнем складності їх отримання: 1. Наявні; 2. Потенційні; 3. Перспективні.

Питанням дослідження маркетингового управління діяльністю фірми приділяли увагу такі видатні вчені як Ф. Котлер., Б. Берман, Ж. Ламбен, П. Діксон, Т.Л. Багив, Т.П. Данько, А.Ф. Павленко, А. В. Войчак та інші.

Управління маркетингом - це організований процес реалізації розроблених планів і інших маркетингових концепцій в реальному світі підприємства. Управління маркетингом являє собою процес прийняття рішень про діяльність фірми на ринку. Вона включає в себе планування, організацію, здійснення на практиці, а також контроль за здійсненням заходів, спрямованих на створення, зміцнення і підтримку вигідних обмінів з цільовими споживачами для певної мети (прибуток, зростання обсягів продажів, збільшення частки ринку і т.д.) Поєднання всіх цих концепцій генерує маркетингові зусилля на цільовому ринку. У кожному разі, маркетингові інструменти вибираються таким чином, щоб забезпечити їх оптимальний ефект в рамках обраних маркетингових цілей.

Ефективність діяльності з управління маркетингу фірми залежить від ефективності маркетингової служби, оскільки вона є структурною одиницею, яка повинна налаштувати відповідну маркетингову стратегію, засновану на дослідженні ринку і

результатах формування маркетингового комплексу компанії.

Для компанії, що працюють на автомобільному ринку, маркетинг-мікс є найбільш відповідним класичним поняттям (4Р). Але специфіка автомобільного ринку диктує певні особливості, які будуть розглянуті в наступних питаннях:

1. Ціна. Процес ціноутворення реалізується не тільки витратами, але і враховує визнаність бренду автовиробника. Крім того, більшість автовиробників використовують програму для формування лояльності клієнтів через ціновий фактор (знижки, різні компанії доповнюють основний автомобільний комплект)..

2. Товар. Так, як на авто ринку спостерігається підвищена конкуренція за моделі автомобілів то вимоги до технічних параметрів повинні бути на вищому рівні, в тому сегменті якому вона представлена. Сукупність компонентів поставки (автоаксесуари) слугуватиме важливим фактором для споживача.

3. Розподіл. Підприємство автовиробника може продавати свою продукцію через свої власні точки продажу, або через дилерську мережу. Найчастіше використовується 2 способи разом.

4. Зв'язки. Основним інструментом, які використовують автовиробники є реклама в спеціалізованих виданнях і засобах масової інформації, інтернет, участь у виставках і PR-підтримках, стимулювання збуту.

Окремо варто виділити такий компонент як сервіс, який може бути дуже важливим, так як якість післяпродажного обслуговування є одним з визначальних чинників, що допомагає користувачеві при виборі автомобіля. Вона включає в себе не тільки післяпродажне обслуговування, а також постійні інформування споживачів про оновлення комплектності запчастин для автомобілів, тощо.

Серед українських автомобілебудівних підприємств до категорії із середнім і високим рівнем інноваційного потенціалу потрапляють лише 3 автомобілебудівні підприємства, які займаються складанням легкових авто: завод Єврокар (автомобілі Skoda), ZAZ (Запорізький Автомобілебудівний завод) і Черкаський автомобільний завод Богдан. У процесі аналізу конкурентного середовища підприємства автомобілебудівної галузі України необхідно враховувати і специфіку законодавчої складової, яка останнім часом стає особливо актуальною. Проте роль законодавства у автомобілебудівній галузі має два аспекти впливу: 1. Регулятивна функція самих автомобілебудівних підприємств та експортно-імпоротної політики; 2. Вплив на купівельну спроможність покупців на ринку, що пояснюється високою вартістю продукції автомобілебудівних підприємств, яка відносить автомобіль до категорії товарів попереднього довготривалого вибору. Одним із найважливіших елементів стратегічного аналізу є аналіз конкурентного середовища. Специфіка галузі обумовлює доцільність аналізу конкурентів шляхом виділення конкурентних груп.

Таким чином, маркетингове управління ринкових відносин набуває все більшого значення і стає визначальним фактором для ефективної роботи автомобілебудівного підприємства.

Література

1. Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Луцій О.П. та ін. Маркетинг. Навчальний посібник – Київ: «Наш час», 2007. – 504с.
2. Сурін А. Роль маркетинга в діяльності підприємства. [Електронний ресурс]. Режим доступа: <http://surin.marketolog.biz/4p.htm>
3. Чибикова Т.В. Управление маркетингом: учеб. пособие / Т.В. Чибикова. –Омск: Изд-во ОмГТУ, 2008. – 76с.

УДК 338.48-6:665/648

Міндей Г.В., магістр

Мукачівський державний університет

ХАРАКТЕРИСТИЧНИЙ ОПИС ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ, ЯК ПЕРСПЕКТИВНОГО ЦЕНТРУ КЛАСТЕРУ ВИННОГО ТУРИЗМУ

Одним з найбільш перспективних видів туризму, який активно позиціонує себе на ринку туристичних послуг є винний туризм, на якому спеціалізуються усі виноробні країни ЄС Іспанія, Франція, Італія та США.

За інформацією світових інформаційних агентств, популярність винного туризму зростає у всіх країнах (Франція, Іспанія, Італія, США). Прибутковість цього виду туризму становить 2,5 мільярдів євро на рік. Винний туризм використовує лише 20% потенціалу і може легко подвоїти обороти в майбутньому.

Відповідно до вищенаведеного метою статті є характеристикний опис Закарпатської області, як перспективного кластеру винного туризму. Для досягнення даної мети необхідне вирішення наступних **завдань дослідження**: 1) конкретизація сутності категорії винного туризму; 2) вилучення специфіки функціонування винного кластеру та аналіз його ресурсного потенціалу.

Так, відповідно до праць винний туризм розглядається як тематичний різновид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією виробництва та культурою споживання вина у певному регіоні, його дегустацією та придбанням безпосередньо у виробника.

Крім того, складовими даного виду туризму є [1]: відвідування винних плантацій, виноградників; ознайомлення з технологією виробництва вина безпосередньо на виробництві; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв; відвідування дегустаційних залів, підвалів; відвідування ресторанів, які надають дегустацію вин; відвідування винних фестивалів, ярмарок; участь у спеціалізованих виставках, конкурсах, симпозиумах, форумах, конференціях. Разом з тим окреслений підхід є досить емним, та на нашу думку не відображає реальної сутності категорії винного туризму. Аналіз останніх наукових праць [1; 2; 3; 4] дозволив нам ідентифікувати окреслену категорію як вузькоспеціалізовану туристичну атракцію, що виробляє винні тури.

Практика США та ряду інших країн засвідчує, що найбільш вдалим методом організації винного туризму на тій чи іншій території є створення винних кластерів, які здатні об'єднати в широких масштабах усі організації, підприємства які задіяні в цій галузі. При цьому винний кластер розглядається через призму концепцій М. Портера як добровільне територіальне об'єднання підприємств виноробного комплексу (що тяжіють до певного ядра – його ресурсного потенціалу) спрямоване на підвищення конкурентоспроможності виноробства за рахунок [2]: формування ефективних внутрішньогалузевих зв'язків; диверсифікації каналів збуту; створення сприятливих умов для залучення вітчизняних та зарубіжних інвестицій; адаптації галузі до вимог світового ринку зокрема, вимог стандартизації, сертифікації.

Важливою характеристикою винного кластеру є його базування на взаємовідносинах та взаємодії підприємств, які здійснюють виробництво і продаж винної продукції (за межі місцевого, регіонального або національного ринку), що сприяє залученню коштів до регіону та підтримує підприємств-учасників. Структуру винного кластеру представляють органи стандартизації, торгові асоціації, дослідницькі установи. (Рис. 1).

Таким чином основне завдання функціонування туристичного кластеру винного туризму полягає у досягненні ефекту синергії в процесі надання туристичних послуг, як

сумарного ефекту, що досягається від взаємодії двох або більше факторів за якої їх дія суттєво переважає ефект кожного окремого компоненту у вигляді простої їх суми). Наявність ефекту синергії та вміння управляти цим ефектом створює специфічну конкурентну перевагу, що реалізується на рівні кожного окремого учасника кластеру (підприємства загалом) і яка проявляється на туристичному ринку у формі мінімізації витрат або в наданні унікальних властивостей туристичного продукту [5]. Наглядним прикладом практики щодо досягнення ефекту синергії є винні кластери, що локалізуються у штаті Каліфорнія (США), зокрема «Долина Напа» і «Долина Сонома», які представлені: підприємствами винної індустрії, приватними виноградниками (що взаємодіють одне з одним та конкурують між собою), взаємопов'язаними комплексами сфери рекреації та туризму, а також органами місцевого самоврядування. За рахунок цього, кожного року кластери відвідує більше 6 млн. туристів.

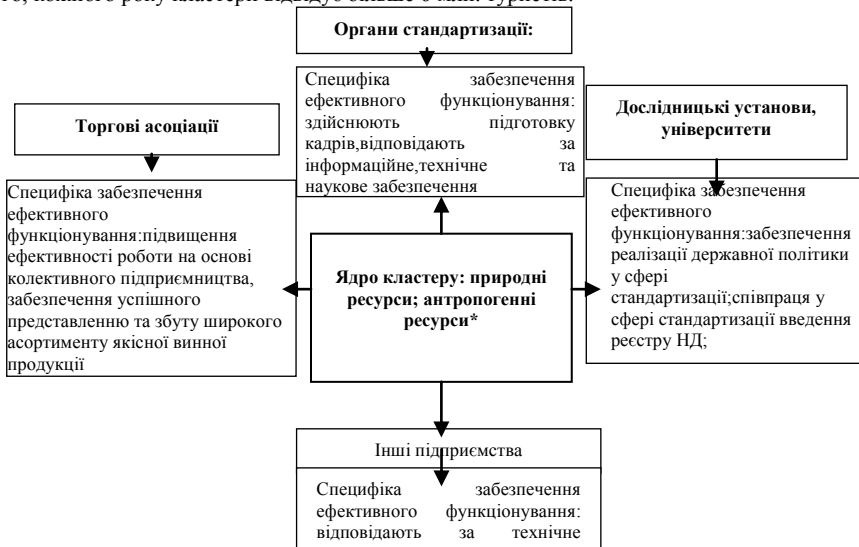


Рис. 1. Структурна схема кластеру винного туризму*

* розроблено автором на основі джерела [4]

Ураховуючи, що в Україні виділяють значну кількість районів винного туризму (зокрема: Одеський пичорноморський (Одеська область), Закарпатський (Закарпатська область), Призово-степовий (Херсонська і Миколаївська області), точкові винні дестинації (м. Львів, м. Київ) [2]) можна стверджувати, що у даних місцевостях є наявні значні перспективи для його розвитку та кластеризації. Данні висновки обумовлені значним ресурсним потенціалом, а також розвитком видів діяльності, пов'язаних з вирощуванням винограду та виготовленням напоїв. Наприклад, найбільшим ресурсним потенціалом для розвитку винного туризму (з точки зору обсягів виробництва вина та площ виноградних насаджень) характеризуються такі райони Закарпатської області як: Берегівський, Мукачівський, Ужгородський, Іршавський, Виноградівський, (табл. 1)

Так, найбільшими лідерами площі виноградних насаджень є Мукачівський, Ужгородський та Берегівський райони, які є найбільш перспективними у розвитку винного туризму у регіоні.

Таблиця 1. Площа виноградних насаджень у Закарпатській області, 2015 р.

Район	Всього га	Плодоносні	Кореневласні	Щеплені	Питома вага виноградників с-г угідь %
Берегівський	552,9	377,6	219,3	333,6	1,2
Виноградівський	206,9	188,6	171,5	35,4	0,5
Іршавський	273,3	145,3	156,3	117,0	0,8
Мукачівський	747,3	495,5	501,9	245,4	1,4
Ужгородський	541,1	508,0	437,7	193,4	1,1
Всього по області	2321,5	1715,0	486,7	834,8	0,6
У %	100,0	73,9	64,0	35,9	

* сформовано на основі джерела [2]

У регіоні зроблені перші значні кроки в розвитку Закарпатської області як центру винного туризму. Так, багато туристичних операторів («Закарпаттурист», «Супутник», «Блюз»), створюють винні тури Закарпаттям що є дуже рентабельними для економіки регіону, а також створення його іміджу на ринку туристичних послуг. Зокрема, користуються популярністю екскурсії на найбільші виноробні підприємства регіону («Леанка» та «Чизай», Ужгородський коньячний завод) та у винні підвали в смт. Середнє Ужгородського району (які є пам'яткою історії і архітектури і які занесені до списку ЮНЕСКО). Крім того, виноробний регіон Закарпаття – славиться унікальними винними фестивалями, які проходять в різний час (зокрема, «Червене вино» (м. Мукачево), «Біле вино» (м. Берегово), «Сонячний напій» (м. Ужгород), «Угочанська лоза» (м. Виноградів), «Закарпатське Божоле» (м. Ужгород). За даними «Турінформ Закарпаття» щороку на винні фестивалі приїжджає близько 150 тисяч туристів.

В Ужгороді створений перший етно-велнес готель «Унгварський» з послугами винного СПА, збудовано подружжям Йоганном та Ілоною Артогі у 1876 році. Через 132 роки, в 2007-му, після повної реконструкції, Етно-велнес готель «Унгварський» пропонує гостям затишні номери, дружній сервіс, традиційну закарпатську кухню та професійне оздоровлення.

Зараз, зусиллями Ужгородського національного університету та туристичним інформаційним центром Закарпаття на замовлення Асоціації приватних виноробів краю був зроблений перший крок кластеризації винного туризму в Закарпатській області – це розробка унікальної програми «Винний туризм Закарпаття» на базі якої підготували екскурсіводів по маршруту. Сьогодні, ця унікальна технологія науковців приносить непоганий додатковий дохід виноробам-екскурсіводам, що дозволяє розвивати їх потенціал. Залучені експерти розробили для виноробів Закарпаття унікальні анімаційні програми, щоб перетворити господарства в туристичний об'єкт підвищеної привабливості: програма збору винограду дегустація вина традиційні сувеніри; гастрономічні традиції культури виноробства

Передумовою створення винного кластеру в Закарпатській області є: туристсько - рекреаційні ресурси (мікроклімат, сприятливі умови вирощування винограду); розвиток підприємств туристичної індустрії, історичні та соціально - культурні ресурси (тривала історія розвитку винної індустрії); наявність великих площ виноградників; наявність виноробних заводів з винними підвалами; наявність фестивалів в різний період року; співпраця туристичних інформаційних центрів з вищими навчальними закладами.

Незважаючи на сприятливі умови розвитку винного туризму для перетворення Закарпатської області в центр винного туризму та сприяння кластеризації окресленої сфери необхідно залучитися державною підтримкою.

Література

1. Басюк Д. І. Теоретичні і прикладні основи формування дестинацій винного туризму :

монографія. / Д. І. Басюк. – Кам'янець-Подільський : Видавець ПП Д. Г. Зволейко, 2014. – 272с..

2. Басюк Д. І. Розвиток винного туризму на Закарпатті/ Д. І.Басюк, О.В.Скорченко // Здобутки, проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, 29–30 жовтня 2012 : тези доп. Всеукраїнської науково-практичної конференції. – К. : НУХТ, 2012 – С. 335–337.

3. Нездоймінов С.Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму. Одеський національний економічний університет. [Електронне джерело] – режим доступу <https://www.google.com.ua/url>

4. Підвальна О. Г. Синергійний ефект в менеджменті/ О.Г.Підвальна, Н.О. Козяр// Ефективна економіка [Електронне джерело] – режим доступу <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1865>

УДК 334.58

Москальов Д.О., студент

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Сучасні економічні відносини України з зовнішнім світом знаходяться у стані переходу від старої системи організації зовнішньоекономічних зв'язків, орієнтованої, переважно, на експорт сировини, до нової, пов'язаної з пошуком шляхів ефективного інтегрування у світову спільноту, зі встановленням сталих торговельних зв'язків з іншими країнами, з підвищенням ролі міжурядових організацій у досягненні колективної безпеки і, звичайно, з забезпеченням надійного захисту своїх національних інтересів в умовах швидкозмінюваного зовнішнього середовища.

Участь у міжнародному розподілі праці завжди сприяє вирішенню національних економічних проблем унаслідок удосконалення внутрішньогосподарських пропозицій, використання переваг розміщення та розвитку продуктивних сил, підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг підприємствами, що виходять із пропозицією на зовнішні ринки. Якщо раніше зовнішньоекономічні зв'язки здійснювались лише спеціалізованими зовнішньоекономічними організаціями, то тепер кожне підприємство в Україні одержало право самостійно виходити на зовнішній ринок. У цих умовах першочерговим завданням стає опанування вітчизняними підприємцями теоретичних аспектів та практичного світового досвіду встановлення економічних зв'язків із зарубіжними партнерами, проникнення з пропозиціями на ринки інших країн, здійснення фінансових та товарних операцій, які дотримують національних інтересів у міжнародній експортно-імпортній та інвестиційній діяльності.

Сучасний стан молочної галузі в Україні незадовільний і потребує постійного удосконалення технологій, організації та способів ведення господарства. Головна причина кризового стану молочної галузі в Україні полягає у відсутності чіткої сформульованої концепції розвитку галузі.

Нині актуальною проблемою є формування умов для вискоелективного функціонування обсягу молочної продукції з метою повного забезпечення внутрішніх потреб області високоякісною молочною продукцією, адаптації до ринкового середовища товаровиробників і переробних підприємств із досягненням конкурентоспроможних параметрів, які гарантуватимуть їм ефективну діяльність.

Нажаль вже декілька років поспіль в Україні спостерігається зниження споживання молока та молочних продуктів. Така тенденція може пояснюватись загальним соціально-економічним станом розвитку молочної галузі в країні. Забезпечення

населення молоком та молокопродуктами, тісно пов'язане з розвитком молочного ринку, функціонування якого залежить від якісної сировинної бази, стану виробництва, ринкової інфраструктури, платоспроможності споживачів. Також, варто зазначити, що в останні роки значно знизилась купівельна спроможність населення України, а ціни на молоко та молочні продукти тим часом продовжують зростати. Це спричиняє значне зниження споживання молочних продуктів та може призвести до занепаду молочної галузі в цілому. Рациональна норма споживання в Україні молока та молочної продуктів однією особою становить 380 кг на рік.

Проблеми ефективності виробництва молока залежать від організаційно-правових форм власності підприємств, умов господарювання та становлення внутрішнього ринку молока, експортно-імпорتنих відносин, формування сировинних зон молокозаводу, ефективності виробництва молочних продуктів.

УДК 378.14:316.454.5 (043)

Онученко О.А., студент

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МЕНЕДЖЕРА

Комунікативна компетентність, будучи невід'ємною частиною комунікативної культури, необхідна всім без винятку людям, а в ряді професій вона стає професійно значущою характеристикою особистості.

Комунікативна компетентність стає однією зі складових високого професійного рівня практично у всіх сферах діяльності. Але є ряд професій, в їх числі й менеджери, для яких комунікації є основним видом діяльності, а комунікативна компетентність виступає як домінуюча складова професійної освіти. Вказана компетентність стає, таким чином, важливим засобом формування професіоналізму.

Одним із важливих інструментів професійної діяльності керівників організації виступає спілкування. Саме воно допомагає налагоджувати контакти, з'ясувати проблеми та накопичувати інформацію, необхідну для розв'язання проблеми. Від володіння засобами спілкування часто залежить результат ділових переговорів. Без перебільшення можна сказати, що спілкування є чи не найважливішим, а іноді й найскладнішим видом діяльності керівників організації.

Комунікативна компетентність складається з трьох таких структурних складових: *перший компонент* – когнітивний (базові знання з галузі психології спілкування). Важливість цього компоненту впливає зі специфіки професійної діяльності менеджера як представника групи професій «людина-людина», 80 % (за твердженнями окремих дослідників до 90 %) робочого часу якого приходиться на комунікативну діяльність. Це, також знання про те, які методи виявляються більш ефективними по відношенню до різних людей та різних ситуацій [1].

Другим компонентом комунікативної компетентності менеджера ми є мотиваційна складова (прагнення до удосконалення комунікативних умінь та надбання комунікативних знань, інтерес до професії менеджера, гуманістична настанова на спілкування).

Третьою складовою комунікативної компетентності менеджера є емпатія, яка означає розуміння відносин, почуттів, психічних станів іншої особи в формі співпереживання. Під час проведення переговорів, укладання контрактів, у ситуаціях спілкування з підлеглими та партнерами, при вирішенні конфліктів у професійному спілкуванні менеджера необхідними є навички бачити та чути іншу людину, здатність, обирати методи для більш точного прогнозування поведінки та дій партнера зі

спілкування, здатність сприймати типового представника певної соціальної та професійної групи і прогнозувати на цій основі поведінку інших її представників, розуміючи своєрідність кожної людини. Сполучення всіх компонентів комунікативної компетентності, їх взаємне доповнення дозволяє менеджерам ефективно спілкуватися у різних ситуаціях, запобігати та вирішувати конфлікти, уникати драм спілкування.

Крім того, складовою комунікативної компетентності є вміння усвідомлювати і долати комунікативні бар'єри. Такі бар'єри можуть виникати, наприклад, при відсутності розуміння ситуації спілкування, що викликається розходженнями між партнерами (соціальними, політичними, релігійними, фаховими, які породжують різну інтерпретацію тих самих понять, що обумовлюють різноманітне світовідчуття, світогляд, світосприймання). Бар'єри у комунікації можуть носити також психологічний характер, відображаючи індивідуальні психологічні особливості тих, хто спілкується, їхні сформовані відношення: від дружби до ворожості по відношенню один до одного.

Важливою ознакою комунікативної компетентності керівника є комунікативна емоційність. На відміну від некомунікативної, така емоційність має свідомий характер. Комунікативна емоційність – це здатність комунікативної особистості свідомо керувати вербальним і невербальним проявом емоцій та пропускати їх через соціальні, ситуативні та інші фільтри у процесі спілкування і залежно від них «упаковувати» ті самі емоції в різні вербальні та невербальні форми або ж не «пускати» їх у процес спілкування [2].

Для досягнення здорової психологічної атмосфери в колективі велике значення має здатність демонструвати і викликати симпатію. Ефективна комунікативна культура вимагає грамотно будувати тактику спілкування, управляти увагою партнера, аудиторії, власною увагою, знати стилі спілкування і грамотно їх використовувати. Ці вміння особливо необхідні під час переговорів, коли вміння бути переконливим визначає кінцевий результат. У комунікативній культурі менеджерів можна виділити такі складові, як емоційну культуру, тобто адекватне реагування на події і ситуації професійної діяльності; культуру мислення; культуру мовлення та культуру невербальної поведінки – міміки, жестів тощо [3].

Як свідчать дослідження, комунікативна компетентність передбачає володіння досить помітною сукупністю умінь. Серед них, зокрема, Т. Ладиженська називає вміння реалізувати комунікативний намір, вміння слухати, гарно говорити, розв'язувати конфлікти, дотримуватись мовленнєвого етикету [4], що свідчить про широкий аспект даної компетентності. М. Станкін, спираючись на психологічний бік комунікації, визначає таку групу психологічних умінь, як вміння керувати доволію увагою, вільно мислити, природно поводитись. Деякі дослідження комунікативної компетентності в цьому ж аспекті свідчать про існування інших груп комунікативних умінь: 1) вміння встановлювати контакт - контактна взаємодія (нагромадження згори, пошук спільних інтересів, погоджена взаємодія тощо), тобто вироблення вміння мобілізувати інших на інтенсивну взаємодію; 2) опанування прийомів саморегуляції: мімікою, пантомімікою, емоціями, настроями (зняття психологічної напруженості, створення певного емоційного фону, взаємодії, коригування власного самопочуття) [5].

Отже, керівники організації мають володіти значним професійним комунікативним потенціалом. Дана якість визначає характер його спілкування й складається з: комунікативних якостей, які характеризують розвиток здатності до спілкування; комунікативних здібностей, тобто здібностей володіти ініціативно в спілкуванні, здатності емоційно відгукуватися на стан партнерів по спілкуванню, здатності до самостимуляції та взаємної стимуляції в спілкуванні; комунікативної компетентності, тобто знання норм і правил спілкування.

Таким чином, у професії керівника організації головною особливістю є домінування комунікативності, оскільки його практична діяльність потребує різнопланового спілкування, і успіх цієї діяльності, значною мірою, залежить від його комунікативної компетентності: міжособистісної комунікації, міжособистісної взаємодії.

Література

1. Артемчук В. В. Структура комунікативної компетентності менеджера / В. В. Артемчук // Наукові праці Миколаївського державного гуманітарного університету ім. Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія». Сер. : Педагогічні науки. - 2008. - Т. 97, Вип. 84. - С. 92-96. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchduped_2008_97_84_21.
2. Філь Г.В. Комунікативна компетентність керівника та її значення в управлінській діяльності / Г.В. Філь // [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/3462/1/Fil_comunicative%20competence.pdf
3. Мейтарчан С.Ю. Розвиток комунікативної компетентності у ході професійної соціалізації майбутніх менеджерів / С.Ю.Мейтарчан // [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://novyn.kpi.ua/2010-3/08-psy-Mejtarchan.pdf>
4. Ладъженская Т. А. Живое слово. Устная речь как средство и предмет обучения / Т. А. Ладъженская. – М. : Просвещение, 1986. – 124 с.
5. Станкин М.И. Психология в бизнесе (юмор как рычаг успеха): практическое пособие / М.И. Станкин. – М.: ЗАО «Бизнес-школа» «Интел-Синтез», 2003. – 149с.

УДК 378

Пахомова А.В., студентка

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

ТРУДОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ПОТЕНЦІАЛУ ТА ЙОГО ЗВ'ЯЗОК З ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ

Трудові ресурси - частина населення країни, що володіє необхідним фізичним та інтелектуальним розвитком, здібностями, знаннями і навичками для роботи в будь-якій сфері застосування суспільно необхідної праці. Трудові ресурси - це народногосподарська економічна категорія, що разом із матеріальними ресурсами характеризує потенційні можливості товарного виробництва країни.

Робоча сила - сукупність фізичних та інтелектуальних здібностей людини до праці на конкретному виробництві з урахуванням системи поділу праці, його кооперації і внутрівиробничих відносин. Отже, дана економічна категорія застосовується для рівня окремо взятого підприємства і спільно з виробничими фондами характеризує його потенційні можливості товарного виробництва. Однак категорія робочої сили не відбиває двох важливих аспектів сучасного виробництва: ступеня відповідності один одному матеріального і трудового забезпечення виробничої діяльності і динамічних змін в якості робочої сили.

Тому вводиться категорія трудового елемента потенціалу підприємства. Трудовий елемент потенціалу підприємства - форма прояву людського фактора виробництва, діалектична єдність здібностей людини і можливостей їх реалізації у змінних умовах виробництва. Дана економічна категорія разом з виробничою потужністю підприємства характеризує в динаміці потенційні можливості товарного виробництва на підприємстві.

Трудовий елемент потенціалу підприємства виробничого колективу може бути представлений як взаємозв'язок таких факторів: чисельності працівників у цілому і по окремих категоріях; кількості регламентованого робочого часу; сформованого рівня інтенсивності праці; якості робочої сили, (рівня загальноосвітньої професійної підготовки, рівня фізичного здоров'я); соціально-фізіологічних факторів (рівня охорони

праці, професійних захворювань і виробничого колективу); соціально-психологічних факторів (рівня задоволеності працею, характеру міжособистісних відносин); соціально-економічних факторів (діючої системи економічних важелів і стимулів, рівня плинності кадрів).

Трудовий елемент потенціалу підприємства - це не тільки зібрана разом і навчена робоча сила, але і умілий менеджмент, контракти з видатними фахівцями в тій сфері, до якої відноситься бізнес. Наприклад, менеджери Lucent Technology, намагаючись показати переваги компанії, першою справою звертають увагу на кількість Нобелівських лауреатів, що працюють у Bell Laboratory. Саме Bell Laboratory з її унікальним науковим потенціалом становить головну цінність фірми, хоча цей потенціал не можна вважати активом у звичайному змісті. До трудового елементу потенціалу підприємства також можна віднести ноу-хау, невіддільні від конкретної фізичної особи. Використання таких ноу-хау звичайно потребує не тільки знання, як робити, але й уміння виконати відповідні операції. Яскравіше всього ця властивість виявляється в циркових фокусах. Щось подібне має місце в хірургії, де мало знати, як виконуватися операція, треба вміти провести її на належному рівні, а також у багатьох інших сферах людської діяльності. Щоб успішно управляти людським капіталом, менеджмент повинен відслідковувати приблизно такий набір параметрів: утворення; професійна кваліфікація; пов'язані з роботою знання; професійні нахили; психометричні характеристики; пов'язані з роботою уміння.

Трудовий елемент потенціалу підприємства має кількісну і якісну характеристики. Якість трудових ресурсів не відбивається в складі активів фірми. Існує юридична техніка, що дозволяє прив'язати до фірми найбільш цінних фахівців за допомогою винагород і зобов'язань і відбити контракти з ними в складі НМА. Однак така техніка не може бути застосована до всіх співробітників. Більш простий спосіб прив'язати персонал до фірми - це включення працівників до акціонерів або співвласників фірми. Ця форма також не універсальна. До того ж, виникає проблема з правами власності працівників, що звільнилися тощо.

Істотні проблеми виникають з урахуванням інвестицій у людський капітал і виміром одержуваних результатів. Витрати на навчання персоналу і підвищення його кваліфікації за правилами фінансового обліку варто відносити до витрат, а не до інвестицій, хоча з погляду управлінського обліку їх краще відносити саме до інвестицій. Щоб оцінити результати таких інвестицій, багато фірм розробляють досить складні системи обліку, що складаються в основному з якісних показників. Перехід від якісних показників до кількісних, що виражаються в грошах, досить проблематичний.

Трудовий елемент потенціалу підприємства можна представити фондом ресурсів праці, що визначається множенням середньорічної чисельності на середню тривалість робочого часу (місяць, день, година). Тоді фонд ресурсів праці буде виражатися в людино-місяцях, людино-днях, людино-годинах. Оперуючи даними про фонд ресурсів праці і кількість робочих місць на підприємстві, можна розрахувати необхідну чисельність персоналу з урахуванням коефіцієнта завантаженості робочих місць і результатів їх паспортизації, атестації і раціоналізації.

У використанні трудового елементу потенціалу підприємства можливі два шляхи: інтенсивний та екстенсивний, інтенсивний полягає в тому, що за рахунок підвищення продуктивної сили праці та ж маса праці втілюється в більшій кількості споживчих вартостей, тобто зростає обсяг виробництва при тій же або навіть меншій чисельності працівників. Це створює реальні можливості для вивільнення і перерозподілу кадрів. Екстенсивний шлях передбачає збільшення маси праці в тій же пропорції, у якій зростає обсяг виробництва, тобто потребує збільшення чисельності працюючих.

Формування і використання трудового елементу потенціалу підприємства потребує великої організаторської і виховної роботи з кадрами, упровадження наукової організації праці. Для найбільш повного використання трудового елементу потенціалу підприємства і створення умов для високо продуктивної діяльності кожного працівника підприємство встановлює технічно обґрунтовані норми праці і переглядає їх; домагається виконання зростаючих обсягів робіт з відносно меншою чисельністю персоналу; проводить атестацію і раціоналізацію робочих місць; встановлює форми організації праці працівників, проводить тарифікацію, присвоює розряди і категорії; встановлює режим робочого часу і часу відпочинку.

Трудовий елемент потенціалу підприємства як за чисельністю, так і за професійно-кваліфікаційним складом, утворюється під впливом технічних, технологічних, організаційно-господарських, соціальних і демографічних факторів. Технічні і технологічні фактори впливають через зміну обсягу і змісту виконуваних функцій на продуктивність праці. Вплив організаційно-господарських факторів виявляється при здійсненні таких форм і методів організації виробництва, як масовість і спеціалізація виробництва, безперервність і упорядкованість процесів з найменшою тривалістю.

УДК 338.48:640.4

Півторацька К.В., студентка

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

ГОТЕЛЬНА ІНДУСТРІЯ. ВИДИ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ ТУРИСТІВ

Розміщення є одним із найважливіших елементів туризму. Немає розміщення (ночівлі) – немає туризму. Готельна індустрія – суть системи гостинності. Вона виходить із найдавніших традицій, характерних практично для будь-якої суспільної формації в історії людства, поваги до гостя, святковості його прийому та обслуговування.

Перші прояви розвитку готельної дійшли до нас з античних часів – це відомості про місця для розміщення приїжджих у зв'язку з торгівлею, паломництвом, лікуванням. У Давній Греції поштовхом до розвитку цієї сфери діяльності були Олімпійські ігри, на які з'їжджалися учасники і глядачі з усієї країни. їм треба було надати місце для проживання. Попередниками сучасних готелів були кімнати, а подекуди і цілі будинки на території монастирів, релігійних центрів або с місцях паломництва для місіонерів та інших мандрівників.

В епоху Середньовіччя будинки при монастирях для надання притулку подорожнім з безкоштовним харчуванням називалися "xenodokbeious" (з грецьк. "місця для відпочинку"). Утім, з часом такі місця почали давати прибуток і переросли у бізнесову діяльність, яка почала формуватися у XIII ст. Свідченням цього є створення Асоціації власників постоялих дворів в 1282 році у Флоренції (Італія), яка займалася ліцензуванням подібних установ. Згодом членство в таких асоціаціях поширилося на всю Італію та інші країни.

З підвищенням життєвого рівня населення в наступних сторіччях підвищувався рівень обслуговування. Поштовхом до цього став туризм елітних верств населення.

У XVIII ст. значного розвитку набули "кавові салони", тобто кав'ярні, які відкривали при постоялих дворах.

Скромні пансіонати і "кімнати для гостей" у будинках священнослужителів чи монастирях замінили перші готелі. Одним із перших, які з'явилися у Європі, вважають готель Генріха IV, побудований у Нанті в 1788 році. Він був розрахований на 60 гостей. На той час це був один із найкращих на континенті готелів. Згодом, у 1801 році, в

Німеччині відкрили першокласний готель "БадішеХоф" в Баден-Бадені, а у Центральній Швейцарії в 1812 році - "Рігі-Клестерлі". У цей період будували передусім розкішні готелі, які обслуговували представників аристократії, дворянства, вищого офіцерства".

У другій половині XIX ст. надзвичайно швидко розвивається готельний бізнес, бо до готельних підприємств додаються перші бюро подорожей, завдання яких - організувати туристичні поїздки і реалізувати їх споживачу. А звідси і нові вимоги туристів до умов проживання, що спонукало власників надавати все більше і більше нових послуг, аж до будівництва розкішних апартаментів з високим рівнем комфорту. Згодом це привело до створення так званих готельних ланцюжків

Розвиток туризму викликав зростання готельного господарства як головної складової туристичної галузі. Більше того, в умовах зростаючої конкурентної боротьби на міжнародному туристичному ринку, сучасне готельне господарство в більшості країн світу виділилось у самостійну галузь економіки.

Засоби розміщення характеризуються великою різноманітністю за видами й типами. У залежності від призначення вони поділяються на такі: готелі, мотелі, ротелі, ботелі, флотелі, кемпінги, флайтелі, туристичні котеджі, шале, бунгало, турбази. Готелі та мотелі відносяться до основних засобів розміщення, а решта до додаткових.

Готель – найбільш поширений стаціонарний тип засобів розміщення, характерними рисами якого є високий рівень розвитку матеріально-технічної бази та використання сучасних прогресивних форм і методів управління й організації господарства.

Готельні підприємства в залежності від призначення поділяються на два види:

готелі економічного класу для масового туризму;

готелі розряду «люкс» і конгреси!

Готелі масового туризму за своєю архітектурою та плануванням можуть відповідати готелям вищої категорії, але вартість номерів у них нижча. У цих готелях на першому, цокольному поверсі, що з'єднує кілька багатопверхових корпусів, розташовані ресторани, магазини, виставочні салони, відділення зв'язку, бюро туристичного обслуговування. Крім ресторанів у готелях є бари, буфети та кафе.

Кожний номер має повний санвузол, радіо, телефон. Кімнати умебльовані недорого, але комфортно. Чисельність обслуговуючого персоналу в таких готелях зведена до мінімуму.

Готелі розряду «люкс» і конгресні – це фешенебельні готелі, тут високі ціни тому, що у всьому присутні не тільки комфорт, але й розкіш. Особливо це є характерним для готелів цього розряду США. Так, у 1992 р. журнал «Хоутелз» ознайомився з готелями дев'ятого міст світу, де туристам надаються найбільш дорогі номери. Лідером своєрідного конкурсу став двоповерховий «люкс-апартамент» у готелі «ФонтблосХилтон» (США), площею 1858 м². Номер має чотири спальні, п'ять ванних кімнат, кухню, вітальню та їдальню. Великі вікна від підлоги до стелі дають можливість гостям милуватися панорамною Атлантичного океану та курорту Майямі. «Люкс-апартамент» прикрашено колонами, бронзовими статуями та кришталевими люстрами; дерев'яні панелі інкрустовано вставками кремового, бежевого та чорного кольору. Вартість проживання за добу дорівнює 5000 доларів США, а його завантаження – 62 відсотки протягом року.

Мотель – порівняно новий тип шляхового готелю, батьківщиною якого є США. Спочатку це були досить примітивні споруди (на початку XX ст.), а в 1935 р. з'явився перший мотель, уже як комфортабельний готель для автотуристів зі стоянкою для автомобіля, автосервісом, заправкою та іншими послугами.

Ротель – пересувний готель, що являє собою вагон з одно- та двомісними відсіками, в яких розташовано спальні крісла (з трьома регуляторами положення). Кожний відсік

забезпечено вентиляцією, індивідуальним освітленням. Крім того, є відсік для перевдягання, умивальник і туалет. У задній частині вагону міститься кухня та холодильник. Ротелі бувають двох типів: для масового туризму та класу «люкс». До ротелів класу «люкс» під'єднуються додаткові вагони, де є бари, ресторани, дискотеки, спортзали. Ботель – новий вид невеликих готелів на воді (від англійського «бот. – човен»). В Одесі створено яхт-клуб «Морлим», що намагається розвивати яхтений туризм й організувати будівництво ботелів.

Флотель – «курорт на воді». За останні 100 років це нововведення І готельної індустрії вважається найбільш хвилюючим. Флотель надає від починаючим широкий вибір послуг: риболовля, човни, підводний спорт вишки для стрибків у воду, басейни тощо. Лідерами в будівництві флотелів є фірми США, Іспанії, Швейцарії.

Підвищений інтерес до відпочинку на воді сприяв виникненню нової форми розміщення туристів – «будинку на воді», тобто плавучих будинків корисною площею до 50 м, що розташовуються на платформах довжиною близько 12 м типу катамарана з навісними двигунами.

Флайтель – «літаючий готель» або аероготель. Перший флайтель було збудовано в Оклахомі. Його обладнано майданчиком для посадки літаків і телефонним зв'язком з метеостанцією. Таких готелів небагато тому, що це надзвичайно дорогий вид відпочинку.

Такі засоби розміщення туристів як кемпінги, туристичні котеджі, турбази, альпійські табори розташовуються, як правило, в мальовничій місцевості. Тут розселення може бути в наметах, котеджах (будинки з усіма зручностями на 2-3 кімнати), будиночках. Для туристів працюють ресторани, бари, дискотеки, басейн. Як правило, туристичне обслуговування тут має сезонний характер.

У світовій практиці готельної індустрії варто також виділити шале та бунгало.

Шале (від французького слова «шалет») – це сільський будиночок у горах. Шале як тип готелів вперше виник у Швейцарії.

Бунгало – сільський будинок у вигляді легкої будівлі з верандами. Найчастіше зустрічається в тропічних країнах.

Література

1. Браймер Р.А. Основи управління в індустрії гостинності. / Р. А. Браймер– М.: Аспект Пресс, 1995.
2. Джон Уокер. Введення в гостинність./ Джон Уокер– М.: ЮНИТИ, 1999
3. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. / М. П. Мальська, В.В. Худо, В. І. Цибух– Київ: ННЛ, 2004. – 272 с.

УДК 334.2

Роханов М.Л., студент

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В менеджменті професійна діяльність підприємців структурується відповідно до покладених в її основу підходів, цілей і завдань. При цьому структура підприємницької діяльності має відповідати реалізації цілей підприємств в умовах конкретного економічного середовища.

Розглянемо особливості структури підприємницької діяльності на макроекономічному та мікроекономічному рівнях [1].

Макроекономічний підхід передбачає структурування підприємницької діяльності в межах національної економіки як по ієрархічних рівнях, так і по конкретних видах

бізнесу.

В ієрархійній структурі підприємницької діяльності виділяють такі рівні:

- індивідуально-підприємницький (підприємець без створення юридичної особи),
- колективно-підприємницький (організації-юридичні особи),
- надорганізаційний (фінансово-промислові групи, холдинги і т. п.),
- міжнародний (транснаціональні та багатонаціональні компанії).

Видова структура професійної діяльності підприємців передбачає її структурування за видами підприємницької активності:

- комерційна,
- виробнича,
- фінансова,
- консалтингова та ін.

З позицій мікроекономіки також виділяють два різновиди структур професійної діяльності підприємців: логіко-технологічну і функціональну.

Логіко-технологічний підхід до структурування професійної діяльності підприємців передбачає виділення послідовності логічних і технологічних дій, які формують підприємницьку діяльність:

- виникнення ідеї (нові або вдосконалені товари, технології);
- визначення потреби в новому товарі або продукції, тобто виявлення попиту на неї;
- пошук фінансових ресурсів для реалізації ідеї;
- пошук матеріальних ресурсів;
- використання необхідних організаційних можливостей, включаючи пошук партнерів-компаньйонів, готових розділити ризик реалізації ідеї в комерційних цілях;
- інформаційне та нормативно-правове забезпечення,
- використання доступних методів страхування ризику при реалізації ідеї в комерційних цілях тощо.

Аналіз професійної діяльності підприємців показує, що її логіко-технологічна структура, тобто зміст і послідовність етапів її становлення та реалізації, не визначається однозначно галузевою належністю. Незалежно від них її структура визначається логікою розвитку бізнесу.

Згідно функціонального підходу структура професійної діяльності підприємця являє собою «сукупність організаційних, економічних, фінансових, маркетингових, управлінських і постачально-збутових видів діяльності, що об'єднані для отримання під свій страх та ризик прибутку і використовуються в конкретному бізнесі як постійні функції для досягнення поставлених цілей» [1]. Зазначені функції мають бути організовані у такий спосіб, щоб забезпечувати етичну реалізацію мети підприємницької діяльності.

Викладене означає, що при аналізі структури професійної діяльності підприємців мають бути враховані послідовність логічних і технологічних дій, які формують підприємницьку діяльність (логіко-технологічний підхід), а також виконання підприємцем постійних функцій, що мають забезпечувати етичну реалізацію поставлених цілей (функціональний підхід).

Література

1. Организация предпринимательской деятельности : [учеб. пособие для вузов] / под ред. В. Я. Горфинкеля, Г. Б. Поляка, В. А. Швандара. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 525 с.
2. Организационная психология / [Верещагина Л. А., Власов П. К., Дворцова Е. В. и др.] : под ред. П. К. Власова, С. А. Маничева, Г. В. Суходольского. - [2-е изд., испр. и перераб.] - СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та; Х.: Гуманитар. Центр, 2008. - 480 с.

УДК 339.138

Рудоман В.Я., студентка

Восточноєвропейський університет економіки і менеджмента

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЧПКП «ОГРАНТ»

В современном мире Украины, где предложение товаров достаточно разнообразно и значительно в размерах, каждый предприниматель обязан уделить свое внимание маркетинговой деятельности организации. Так как маркетинг является синтезом трех систем - мышления, анализа и действия в условиях конкурентной среды, и именно для того что бы деятельность организации была прибыльной и эффективной, предприниматель должен непрерывно анализировать рынок и обоснованно принимать решения. И вот одним из первых стратегических решений, которое необходимо принять предприятием, должно быть определение границ рынка (рынков), в котором оно может наиболее эффективно реализовывать свой производственный потенциал и эффективно противостоять действиям конкурентов.

Каждому предпринимателю важно знать, как его товар воспримет покупатель.

Ярким примером тому может являться проведение работы специалистами по маркетингу по сегментированию в производственное предприятие ЧПКП «Огрант» занимающееся производством оборудования и оказанием производственных услуг.

Автором была проведена работа по изучению и сегментированию рынка продукции которое оно производит.

Исследование рынка данного товара в Черкасской области и восточной части Украины.

Изучение рынка данного производственного оборудования проводилось на основании сайтов компаний и деловой прессы и каталог производственного оборудования.

На рис.1 представлена секторная диграмма сегментов рынка продукции на рынке производимой на предприятии.

Как видно из рисунка 1 наибольший удельный вес на рынке занимают транспортеры (36%) далее идут элеваторы ковшовые (24 %) и пуско-наладочные работы (14%). Для того чтобы увеличить объемы продаж продукции предприятия ему следует изучить более детально рыночные сегменты каждого из указанных видов продукции.

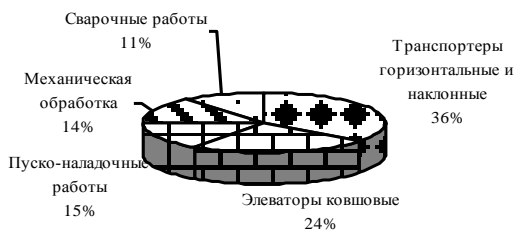


Рис. 1. Рыночная сегментация по видам продукции предприятия

Рассмотрим рыночную долю нашего предприятия по элеваторам ковшовым (рис. 2).

Как видно из рисунка здесь наибольшую долю занимает ООО «Интеркул» которое также расположено в городе Черкассы (22%) доля продаж по элеваторам ковшовым ЧПКП «Импульс» составляет 19 %. Но следует отметить что данную долю можно

увеличить за счет таких изучения продукции конкурентов и их отрицательных сторон прежде всего и внести изменения в конструкцию своей продукции путем изучения потребностей и желаний потребителей а для этого необходимо провести анкетирование путем рассылки анкет или же телефонного анкетирования.

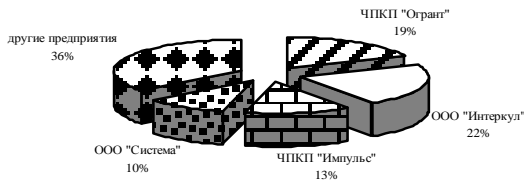


Рис. 2. Доля предприятия на рынке по элеваторам ковшовым

На рис. 3 представлена диаграмма рыночного сегмента предприятия по территориальному признаку.

Как видно из рис. 3 наибольший сегмент в территориальных продажах занимает Центральная часть Украины (35% всех продаж), далее идет Закарпатье (30%) обусловленное расположением там предприятий горнодобывающей отрасли, и южная часть 20% продаж предприятия.

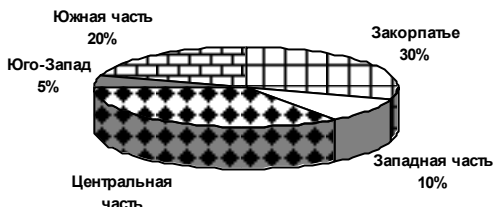


Рис. 3. Сегментирование рынка предприятия по территориальному признаку

Вероятность, удовлетворения потребностей покупателями и живая среда для всех включая начинающих предпринимателей также производителей товаров либо услуг, по мнению автора, называется рынком. Составляющими рынка есть покупатели, то есть люди, которыми можем выступать с вами и мы. В этой сложной борьбе с конкурентами, предприниматель чтобы получить победу должен исследовать все стремления, ожидания и желания покупателей. Тот, кто сможет найти и выделить для потребителей желаемое и привлекательное, добьется успеха в достижении поставленной цели.

Люди в своих качествах индивидуальны и также в потребностях, поэтому очень важным является группирование, исследование и определение более важных групп людей, которые станут потенциальными, и далее настоящими сегментами, то есть потребителями.

В настоящее время сегментирование рынка не может быть обычным инструментом маркетинга, потому что для достижения успеха компании оно приобретает все большее значение.

Объектами сегментирования выступают каналы распределения, географические зоны, товары, потребители либо и другие так же владеющие всеобщими признаками и выделенные особенным образом. Каждый с объектов для предприятия может быть основой сегмента рынка. Исходя из вышеизложенного, сегментация, есть прием для нахождения сегмента рынка и определения объектов (прежде всего потребителей) на

которые маркетинговая деятельность предприятия будет сориентирована. И с другой стороны - это управленческий подход к процессу принятия решений и основа для выбора оптимального соединения элементов комплекса маркетинга.

В отличие от традиционной одноэтапной методики предприятие ЧПКП «Огрант» проводит двухэтапную методику сегментации рынка для более четкого выделения сегментов рынка и разработки комплекса маркетинга фирмы который играет важную роль в эффективности маркетинговой стратегии.

Двухэтапная методика с точки зрения концепции маркетинга будет для предприятия более целесообразна и удовлетворительна в процессе сегментации рынка.

На этапе макросегментации фирма определяет базовый рынок для себя, то есть доминирующую нужду (потребности), что собирается удовлетворять той или иной проблемы, с которой сталкивается потребитель. Важным является определение базового рынка, которое обусловлено двумя факторами.

Предприятию стратегическое видение собственного бизнеса, дает возможность определение базового рынка и путей его дальнейшего развития.

Распределение потребителей в рамках определенного потенциального рынка предусматривает второй этап микросегментации рынка. Главным отличием микросегментации от макросегментации является то, что в пределах микросегментации выделение потребителей происходит уже на уровне особенностей поведения и потребностей покупателей.

Общность поведения потребителей, относительно процесса покупки товаров или услуг является одним с ключевых критериев для выделения рыночных сегментов.

Под влиянием двух основных групп факторов сформулировано поведение людей.

Ситуационные факторы принадлежат к первой группе, и связаны со средней маркетинга, где сосредоточены как организация, так и потенциальные потребители. Присутствие информации и данных о товаре, таких как свойства и срочность покупки товара, временное отсутствие нужного товара в торговой сети и другое принадлежат ситуационным факторам, что влияют на выбор потребителя. Во второй группе факторов предприятие выделяет мотивацию покупателя, формирующую, под влиянием факторов маркетинговой среды, определяя направление, выбор и то, как будет себя вести на рынке потребитель.

Предпринимательскими рисками сопровождается весь процесс сегментирования рынка, связанными с неправильным позиционированием продукта и опасностью неудачного определения сегмента. Во время определения целевого рынка, будет необходимым действием контроль факторов риска, возможное их возникновение. Для оценивания рисков различают два подхода: качественный и количественный.

Предприятию ЧПКП «Огрант» при сегментировании рынка следует помнить, что различные группы покупателей, покупки товаров и услуг делают по-разному. Одни с легкостью тратят крупные суммы денег, рискуя и приобретая товары которые только появляются на рынке. Когда другие поступают совсем иначе.

На формат и задание рыночных исследований, возможно влияние определения всех моментов все это даст возможность избежать ситуаций, когда собранная информация используется не в достаточном объеме с одной стороны, либо позволит привлечь к разработке исследований все заинтересованные стороны с другой стороны.

Риск выбора ложных стратегий при рациональном использовании полученной информации всеми участниками маркетингового процесса снизится к минимуму.

Анализируя ошибки сегментирования рынка предприятия ЧПКП «Огрант», не трудно подвести итог, что для четкого нахождения своей аудитории продуктов необходимым является владение информацией: определения приоритетности,

признаков их классификации, разделение на группы (сегменты) т.д. Обозначение сегментации рынка представляет собой, утилитарный навык, в успешности, где лежит творческий процесс, также адекватно проинтерпретирована информация.

Литература

1. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, О. А. Винорадов та ін. – К., 2005. – 422с.
2. Дибб С., Симкин Л. Практичні рекомендації по сегментуванню ринку. –СП: Київ, 2001.- 240с.
3. Зозулев А.В. Сегментация рынка как основа маркетинговой стратегии предприятия. // Маркетинг в Украине. - 2000. - № 4 (6) (спецвыпуск). - С. 37-38.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. - Новосибирск: Наука, 1992. - 736с.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер; под ред. А. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского; пер. с англ. -СПб. Питер Ком, 1999-896 с.

УДК 378.1

Самойленко В.Ю., студент

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПРАЦІВНИКА

Впровадження інновацій у діяльності підприємств, розвиток ринкових відносин обумовлюють зміну змісту і характеру роботи працівників, а також зміни в професійно-кваліфікаційному складі персоналу. Науково-технічний прогрес обумовлює ліквідацію вузької спеціалізації багатьох професій, потребує збільшення чисельності працівників вищої кваліфікації. Разом з тим, в сучасних умовах зростає роль спеціальних знань і умінь, зменшується питома вага операцій, що вимагають важкої фізичної і некваліфікованої праці, підвищується значення творчого підходу до роботи, креативності, самостійності в прийнятті рішень, ініціативності тощо.

У результаті реінжинірингу бізнесу відбувається зміна характеристик робочого місця. Працівник, як учасник команди, уже не обмежується знаннями про проведення окремої операції. Члени однієї команди поділяють з колегами відповідальність за досягнення загального результату. Стираються межі між зонами їхньої відповідальності. Кожен працівник перетворюється в універсального фахівця, який повинен мати більш широке уявлення про всі роботи, що виконуються для досягнення результату.

Компетентність – це ступінь кваліфікації працівника, яка дозволяє успішно вирішувати задачі, що стоять перед ним.

Вона визначає здатність працівника якісно і безпомилково виконувати свої функції як у звичайних, так і в екстремальних умовах, успішно освоювати нове і швидко адаптуватися до умов, що змінюються.

Виділяють такі види компетентності:

- функціональна (професійна),
- інтелектуальна,
- ситуативна,
- часова,
- соціальна.

1. Функціональна (професійна) компетентність характеризується професійними знаннями та умінням їх реалізувати. Вимоги до професійної компетентності багато в чому залежать від рівня управління і характеру посади. Сьогодні для вищих керівників скорочується значення спеціальних та зростає роль методичних і соціальних знань і

навичок, здібностей в області спілкування, керівництва робітниками, здатності сприймати та інтерпретувати інформацію. В основі професійної компетентності полягає професійна придатність, що являє собою сукупність психічних і психофізіологічних особливостей людини, необхідних для здійснення ефективної професійної діяльності. В умовах сучасного етапу НТР чітко просліджується тенденція до швидкого старіння знань і досвіду персоналу, що виражається у відставанні індивідуальних знань і досвіду від сучасних вимог до посади і професії.

2. Інтелектуальна компетентність виражається у здатності до аналітичного мислення і здійснення комплексного підходу до виконання своїх обов'язків.

3. Ситуативна компетентність означає уміння діяти відповідно до ситуації.

4. Часова компетентність відображає уміння раціонально планувати і використовувати робочий час. Вона містить адекватну оцінку витрат часу («почуття часу»), уміння конструювати програму досягнення мети в часовому континуумі (просторі), правильно визначати витрати часу.

5. Соціальна компетентність передбачає наявність комунікаційних і інтеграційних здібностей, уміння підтримувати відносини, впливати, домагатися свого, правильно сприймати та інтерпретувати чужі думки, висловлювати до них відношення, вести бесіди тощо.

Соціальна компетентність характеризує інтеракційні здатності працівника, культуру ділового спілкування як по вертикалі «керівник – підлеглий», так і по горизонталі – «працівники одного рівня», а також клієнти підприємства. Соціальна компетентність містить:

- знання етики ділового спілкування;
- уміння запобігати і відносно безболісно вирішувати конфлікти;
- уміння швидко і правильно передавати інформацію;
- уміння налагоджувати комунікації;
- уміння давати ясні і чіткі завдання і відповідно мотивувати робітників;
- уміння тактовно вказувати на недоліки, коректно робити зауваження, викликати довіру і т. п.

Такого роду знання та уміння необхідні усім робітникам, а особливо – менеджерам, оскільки у сучасному виробництві від злагодженості і гармонійності відносин у групі багато в чому залежить успіх підприємства в цілому.

УДК 658.56

Турчак П.Б., студент

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

ВЗАЄМОДІЯ СТРУКТУРИ І ЯКОСТІ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ

Багато науковців уже дійшли згоди щодо важливості ролі організаційних структур у бізнесі. Але й досі для практичних менеджерів залишається не зовсім зрозуміло, як ці структури взаємодіють із вимогами забезпечення високої якості продукції й послуг. Це прийде «прозоріння» насамперед вимагає з'ясувати, яку роль відіграє розмір підприємства. З одного боку, завжди існувала тенденція до укрупнення підприємств, оскільки у великих організаціях більше ресурсів, більше можливостей впливу тощо. Але малі підприємства на практиці виявилися набагато більш гнучкими. У них не використовуються бюрократичні технології й складні процедури прийняття рішень. Комбінування переваг кожного розміру підприємства, з урахуванням специфіки діяльності, дало б можливість створювати «вічні» організації [1]. Поєднання орієнтації на споживача із залученням персоналу призвело до створення проектного стилю

управління. Деякі вчені навіть говорять про «проектний стиль життя» [2].

Слід зауважити, що проект завжди орієнтований на конкретного споживача й існує стільки, скільки існує споживач. Керівник проекту - особа, призначена вищим керівництвом підприємства, тому ця особа підвітна тільки вищому керівництву. При цьому ніби зникають ієрархічні рівні організації, і чітка вертикальна ієрархічна структура управління, що виникла на початку цього століття у результаті процесу поділу управлінської праці, адаптується у гнучку матричну організацією [1]. В середині проекту на конкурентній основі створюється «команда» проекту. Ця команда розробляє всі процеси, потрібні для задоволення вимог даного споживача. З урахуванням вимог цього споживача створюється й система якості проекту, яка потім сертифікується. Для споживача наявність системи якості в проекті часто є обов'язковою умовою висновку угоди, оскільки гарантує стабільність і своєчасність надходження продукції, а заодно й прийнятні ціни.

Найбільш ефективним засобом досягнення такого результату є підвищення якості менеджменту. Мова йде не тільки про якість властивостей продукції, а й про якість усіх процесів у цілому, куди входить якість взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем, якість функціонування й управління і якість життя персоналу. Якість процесів, що відбуваються на підприємстві, відіграє важливу роль у перебудові системи управління підприємством. При цьому якість процесів, організації, життя є мотиватором розвитку більше високого рівня порівняно, наприклад, із прибутком. Якщо скористатися аналогією з відомою теорією ієрархії потреб Маслоу, то потреба у прибутку для організації відіграє роль фізіологічних потреб нижчого рівня, тоді як потреба в якості відноситься до потреб більш високого рівня – до потреб росту, розвитку й самовираження [3].

Література

1. Управление проектами / В.Д. Шапиро и др. - СПб.: ДваТри, 1996. - 610 с.
2. Беркович Д.М. Формирование науки управления производством: Краткий исторический очерк. - М: Наука, 1973. - 164 с.
3. Адлер Ю.П., Аронов И.З., Шпер В.Л. Что век грядущий нам готовит? // www.management.com.ua.

УДК 658.3:005.95

Хамошина Л.А., студентка

Східноєвропейський університет економіки та менеджменту

УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Економічною основою будь-якого підприємства є трудовий потенціал, що характеризується системою показників, які відображають не тільки наявні ресурси, а й їхні резерви, які можуть бути використані за певних умов. Ефективність управління трудовим потенціалом досягається за умов його раціонального використання з метою отримання кінцевого результату у вигляді виробництва продукції високої якості.

Підвищення ефективності управління трудовими ресурсами підприємства пов'язано з проведенням якісних змін у їхньому складі та з підвищенням ефективності в їх управлінні.

Ефективне управління трудовим потенціалом підприємства передбачає кваліфіковане та якісне управління, наявність висококваліфікованих фахівців, здатних виконувати такі функції, як планування та прогнозування необхідної кількості й складу трудових ресурсів; формування їх загальної структури; мотивація і обов'язковий контроль трудових ресурсів та ін.

Важлива роль в управлінні трудовими ресурсами підприємства належить саме розробці механізму мотивації працівників, яка є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу. Основна мета процесу мотивації - це отримання максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє підвищити загальну результативність і продуктивність діяльності підприємства [1].

Особливістю управління персоналом в сучасних ринкових умовах господарювання є зростаюча роль особистості працівника. Відповідно змінюється співвідношення стимулів і потреб, з якими пов'язана мотивація. Розуміння того, який вплив надає мотивація на результати праці, змушує керівників зосереджувати свою увагу на таких питаннях: наскільки умови праці, практика управління, психологічний клімат у підрозділах і в організації в цілому, система стимулювання, організаційна культура сприяють формуванню високої трудової мотивації у працівників. Оплата праці є основним джерелом доходів робітників фірм і підприємств та основним мотиваційним фактором підвищення ефективності діяльності працівників. Проте це не єдиний чинник, що визначає трудову мотивацію. Потрібен комплексний підхід до формування мотивуючого організаційного середовища, тобто створення таких умов на підприємстві, які максимально сприяють підвищенню трудової мотивації працівників.

Мотивація трудової діяльності повинна враховувати сучасні форми і методи матеріального стимулювання персоналу. Системи матеріальних стимулів ґрунтуються на всебічному моніторингу економічних інтересів працівників, урахуванні умов їхньої праці і життя, сімейного стану, трудових навичок і є ефективним механізмом поєднання матеріальної зацікавленості персоналу і продуктивності його праці.

Провідна роль у процесі мотивації належить потребам людини, які в узагальненому вигляді можуть розглядатися як сукупність трьох основних груп: матеріальних, трудових і статусних. Тому й мотивацію правомірно розподіляти на матеріальну, трудову і статусну [2].

Під матеріальною мотивацією слід розуміти прагнення достатку, певного рівня добробуту, матеріального стандарту життя. Прагнення людини до поліпшення свого добробуту зумовлює необхідність збільшення трудового внеску, а отже, і збільшення кількості, якості та результативності праці.

Кожний працівник має потребу в змістовній, цікавій, корисній роботі, пристойних умовах праці та прагне до визначеності перспектив свого зростання. Кваліфікований працівник відчуває самоповагу, самоствердження, коли результати його роботи оцінюються високо як ним самим, так і суспільством. Загалом трудова мотивація пов'язана, з одного боку зі змістовністю, корисністю самої праці, а з другого – із самовираженням, самореалізацією працівника.

Велика роль у практиці управління персоналу належить і статусній мотивації, яка є внутрішньою рушійною силою поведінки, пов'язаною з прагненням людини посісти вищу посаду, виконувати складнішу, відповідальнішу роботу, працювати в сфері діяльності (організації), яка вважається престижною, суспільне значущою. Статусна мотивація часто пов'язана з прагненням людини бути визнаним фахівцем своєї справи, неофіційним лідером, користуватись авторитетом.

Передумови ефективного мотиваційного процесу:

- 1) наявність повної достовірної інформації про об'єкт управління;
- 2) діагностика стану і динаміки мотиваційної спрямованості персоналу;
- 3) контроль соціально-економічних наслідків управлінських рішень і їх прогнозування.

Мотивація необхідна для ефективного виконання прийнятих рішень і запланованих

завдань. Існує ряд вимог, на які слід орієнтуватися підприємству при створенні ефективної системи стимулювання персоналу, а саме:

- об'єктивність: розмір винагороди працівника має визначатися на основі об'єктивної оцінки результатів його праці;
- передбачуваність: працівник повинен знати, яку винагороду він одержить залежно від результатів своєї праці;
- адекватність: винагорода повинна бути адекватною трудовому внеску кожного працівника в результат діяльності всього колективу, його досвіду й рівню кваліфікації;
- своєчасність: винагорода повинна слідувати за досягненням результату як найшвидше (якщо не у формі прямої винагороди, то принаймні у вигляді обліку для подальшої винагороди);
- значущість: винагорода повинна бути для співробітника значущою;
- справедливність: правила визначення винагороди повинні бути зрозумілими кожному співробітнику організації й бути справедливими, зокрема з точки зору самих співробітників[3].

Розробку системи мотивації персоналу на підприємстві необхідно проводити за допомогою спеціальних методів, враховуючи аналіз ситуації усередині організації та на ринку праці.

В сучасних умовах господарювання до основних методів мотивації трудових ресурсів можна віднести: грошові виплати за виконання поставлених цілей; покарання; соціальна політика, яка передбачає використання додаткових пільг, послуг і виплат соціального характеру; нематеріальні стимули; «побудова» (підсвідомий вплив на людину); професійне навчання; кар'єрне зростання; зворотній зв'язок, організований за допомогою внутрішньої пошти або внутрішнього сайту компанії.

Найефективнішим методом стимулювання працівників залишається система матеріального заохочення. Тому поряд із системою гарантованої заробітної плати обов'язково повинна використовуватися система додаткового матеріального заохочення. Таким чином, за умов комплексного використання різноманітних заохочувальних систем, можливо ефективно мотивувати робітника до досягнення необхідних підприємству результатів.

Література

1. Тімашкова О.А. Мотивація праці та її роль у підвищенні ефективності діяльності підприємств / О.А. Тімашкова // Вчені записки Інституту економіки та права „КРОК”. – 2008. – Т. 2. – № 18. – С. 216-221.
2. Клименко І.А. Мотивація праці та її ефективність в управлінні трудовими ресурсами / І.А. Клименко, Н.М. Богацька // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/8_NMIW_2008/Economics/25070.doc.htm
3. Осіпова А.Ю. Мотивація як складова механізму забезпечення ефективного використання персоналу підприємств легкої промисловості / А.Ю. Осіпова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. - № 4. - Т.1. – С. 54-59.

УДК 640.43

Цица О.В., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Готельно-ресторанний бізнес є головним фактором і основною складовою туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в комплексі

туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності. Стан готельно-ресторанного бізнесу впливає на розвиток індустрії туризму загалом, створення туристичних послуг, інші ключові сегменти економіки – транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю та ін. Таким чином, створення ефективного готельно-ресторанного бізнесу відіграє важливе значення як один з пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки України.

У сучасних умовах розвитку індустрії туризму готельний бізнес характеризується високим рівнем конкуренції. Власникам незалежних готелів дедалі складніше конкурувати із великими готельними мережами у завоюванні та збереженні споживачів, ефективно вирішувати проблеми управління персоналом і укладати контракти із постачальниками, відповідати на нові виклики конкурентного середовища – особливо стосовно технологічних інновацій, які стають складовою продукту [1].

Сучасний стан і тенденції розвитку готельної індустрії України можна охарактеризувати наступними положеннями:

1. Досягнення готельної індустрії України є дуже скромними на тлі загальносвітової тенденції неухильного зростання, процвітання і розвитку даної сфери діяльності.

2. Основний готельний фонд країни не відповідає міжнародним стандартам.

3. Високо комфортабельні готелі в Києві введені в експлуатацію за участю іноземних компаній дозволили істотно скоротити дефіцит готелів високого класу для багатій клієнтури. Вартість розміщення в цих готелях порівнянна з вартістю розміщення в найбільших столицях світу[2].

Середня наповнюваність невеликих готелів складає 95-100%, а рентабельність бізнесу 30-40%. Стабільний попит на послуги такого типу, незначна конкуренція в ніші, а також порівняно невеликі витрати на будівництво такого готелю дозволяє стверджувати, що невеличкі готелі 3* та 4* на 30-50 номерів та вартістю проживання 100-110\$ за добу є надзвичайно перспективними для інвестора в Україні. Привабливими сегментами для інвестування спеціалісти також називають «придорожні» готелі (кемпінги, мотелі), готелі-санаторії в рекреаційних зонах Закарпаття.

В той же час ресторанне господарство також займає важливе місце у реалізації соціально-економічних задач. Його основним призначенням є забезпечення населення кулінарною продукцією та організація високого рівня обслуговування відповідно до його потреб.

З початком економічних трансформацій прибутковість закладів ресторанного господарства стала основною метою діяльності підприємств, досягти якої, працюючи на обмеженому сегменті споживчого ринку, що обумовлений низьким рівнем життя українців. Вплив зовнішніх факторів призвів до того, що більше половини підприємств ресторанного господарства в Україні є збитковими. Українським рестораторам доводиться враховувати національні нюанси – низьку купівельну спроможність більшої частини населення, відсутність налагодженої системи постачання, дефіцит висококваліфікованого персоналу.

Однією з найгостріших проблем ринку є проблема постачання продуктів та спиртних напоїв. Постачальники, які пропонують якісну продукцію невинновідно завищують ціни, у той час як ресторатор, зважаючи на конкуренцію, не може збільшити ціну на страви, а тому зменшується прибутковість [3].

В умовах безперервних економічних змін інновації стають основним чинником, що

сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства. Міжнародний досвід успішної діяльності підприємств готельного господарства свідчить про безальтернативний шлях виживання в умовах глобальної конкуренції побудований на інноваційній основі при активному використанні сучасних науково-технічних досягнень, а також готовності готелів до інновацій та нововведень.

Вітчизняні готельні підприємства характеризуються низькою інноваційною активністю через високу вартість інноваційних розробок та відсутність адаптації підприємства до інновацій. Недооцінка управління інноваційними процесами на підприємствах, у тому числі і готельно-ресторанного господарства, призводить до зниження рівня їх конкурентоспроможності, порушення принципів і методів управління. Напрями розвитку та застосування інноваційних процесів у господарській діяльності закладів ресторанного господарства можуть реалізуватися за рахунок: розширення сировинної бази шляхом використання у виробництві та оформленні продукції ресторанного господарства нових видів сировини, напівфабрикатів (біологічно активних добавок, вторинних продуктів переробки море- та соєвих продуктів, екзотичних продуктів тощо); прогресивних галузевих технологій; новітніх технологій та напрямів у кулінарії, пов'язаних із появою модних течій у ресторанному бізнесі, переорієнтацією споживачів на здорове харчування (креативна, еклектична, Fusion, вегетаріанська і т.д. кухні, соєві ресторани тощо); озробки асортименту конкурентоспроможних видів продукції із заданими споживчими властивостями, високими параметрами якості та послуг; застосування автоматизованих систем контролю та управління, високоефективної контрольної-вимірювальної апаратури [4].

Використання автоматизованої системи управління в ресторанах має низку переваг: здійснюється автоматичний облік, контроль за надходженням, списанням та рухом сировини, напівфабрикатів, готової продукції; налагоджується синхронний взаємозв'язок між усіма (модулями) підсистемами ресторану тощо.

У цілому ж, застосування інноваційних процесів у діяльності закладів ресторанного господарства підвищує організаційно-технічний рівень виробництва, якість продукції та послуг, знижує енерго- та капіталовитрати, покращує умови відпочинку споживачів та праці персоналу тощо.

Мотивуючим фактором до найнижчих витрати виробництва є наявність на ринку великого числа чутливих до ціни покупців. Ідея полягає в завоюванні стійкої переваги над конкурентами у сфері витрат виробництва та у використанні його як основи для зниження цін і збільшення частки ринку, або одержання більш високої норми прибутку від продажу товарів за сформованими ринковими цінами.

Одним із шляхів реалізації стратегії зниження витрат є застосування аутсорсингу – одного з нових напрямів організації підприємництва, особливості застосування якого у практичній діяльності закладів ресторанного господарства зводиться до передачі традиційних, супутніх функцій, властивих для діяльності ресторанів, зовнішнім виконавцям. Серед загальних переваг застосування аутсорсингу в діяльності ресторанних закладів можна віднести [5]: концентрацію зусиль та зосередження власних ресурсів на основних функціях, перерозподілі ресурсів, задіяних на другорядних напрямках; зменшення необхідності інвестицій в неосновні фонди, у підтримку другорядних функцій і в розвиток напрямів, що не забезпечують основної частини прибутку підприємству; гнучкість реагування на зміни на ринку; скорочення штату працівників; зниження собівартості функцій, переданих аутсорсеру, за рахунок ефекту «оптових» продажів його послуг, знань та вмінь; одержання доступу до ресурсів, які відсутні у підприємства; забезпечення якості виконання функцій за

рахунок вузької спеціалізації аутсорсера, нагромадження практичного досвіду; доступ до новітніх технологій.

Аутсорсер має більше стимулів і можливостей вкладати кошти в придбання й освоєння нових технологій, що в рамках окремого підприємства є нерентабельним. Таким чином, застосування аутсорсингу та подальше залучення підприємств-аутсорсерів у практичну діяльність ресторанного господарства сприятиме зменшенню підприємницького ризику, підвищенню якості організації бізнес-процесів, ефективному використанню ресурсів та адаптації підприємства до вимог навколишнього середовища.

На даний час підприємства готельного бізнесу України розвиваються нестабільно із невисокими темпами щорічного зростання, що спричинено рядом факторів: сезонність туристичних послуг; недостатнє фінансування закладів готельно-ресторанних господарств; висока вартість сфери послуг, що в 2-3 рази перевищує європейські; невідповідність законодавства сучасним вимогам та потребам ринку послуг гостинності. Вказані фактори призводять до невідповідності світовим стандартам надання послуг готельно-ресторанних господарств, що вимагає швидкої реакції для їх усунення від суб'єктів готельного господарювання.

Розвиток туризму, рекреації, освіти в галузі готельно-ресторанного бізнесу, мінімальне втручання держави, налагодження системи постачання, транспорту та сфери послуг матиме результатом розвиток готельно-ресторанної галузі, а постійне запровадження інновацій, інвестиції та жорстка конкуренція – збільшення рівня її глобальної та регіональної конкурентоспроможності.

Література

1. Рентч М.С. Преимущества брендирования отелей / М.С. Рентч // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. – № 3. – С. 48–50.
2. Бородіна В.В. Ресторанно-готельний бізнес: Облік, податки, маркетинг, менеджмент / В.В. Бородіна. – М.: Книжковий світ, 2003. – 165 с.
3. Чудковський В.Н. Ресторанный бизнес / В.Н. Чудковський. – М.: Академія, 2004. – 124 с.
4. Огляд українського ринку громадського харчування. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://topplus.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id.
5. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк. – 2-е вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.

СЕКЦІЯ 5
ІННОВАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

УДК 004.7

Коваль В.В., к.т.н., доцент
заступник голови Черкаської ОДА
Опаленко А.М., к.е.н.

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

**ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ
СКЛАДНИХ МЕРЕЖ**

Однією з важливих проблем в галузі розробки і створення сучасних складних комунікаційних систем, в тому числі соціальних мереж інтернет-простору, є дослідження динаміки їх функціонування на різних етапах проектування, випробування та експлуатації. Цю проблему необхідно розглядати у рамках дослідження складних систем вцілому, тобто, використовувати методи дослідження складних систем без урахування їх природи. Складними системами називаються системи, що складаються з великого числа взаємопов'язаних і взаємодіючих між собою елементів. Кожну складну систему можна розглядати як мережу [1]. Мережу можна розглядати як сукупність вершин, що поєднані зв'язками. До мереж, які виникли в результаті людської діяльності, можна віднести, крім соціальних та деяких інформаційних (www, мережа цитування), технологічні, транспортні мережі (мережі ліній електропередач, авіаліній та залізниць, мережі транспортування нафти та газу, мережу інтернет, мережі громадського транспорту), а також екологічні мережі, так звані мережі харчування (food webs) [2].

З кінця 1990 років для вивчення складних систем розвивається новий ефективний інструмент дослідження – теорія складних мереж. Складні мережі (Complex networks) – це мережі (графи), що володіють нетривіальними топологічними властивостями і складаються з реальних об'єктів і зв'язків між ними. Іншими словами, складна мережа – це граф, побудований на основі реальних даних. Для складних мереж характерна безмасштабна топологія, і вони, як правило, наділені додатковою семантикою, яка зазвичай виражається набором атрибутів, приписаних їм вершин і ребер графа [2].

Складність мережі і, відповідно, її моделі визначається, перш за все, складністю структури, яка характеризується великою кількістю елементів системи і різними видами взаємодії між цими елементами. Другим аспектом складності є складність процесу функціонування системи або окремих її підсистем. Це може бути пов'язано як з непередбачуваним характером поведінки системи, так і з неможливістю формального представлення правил перетворення вхідних впливів у вихідні [1].

Будь-яку синтезовану або отриману якимось іншим чином структуру складної мережі необхідно дослідити та отримати її основні характеристики. Якщо процес функціонування досліджуваної системи зводиться до сумарного ефекту функціонування її компонент, то таку систему слід віднести до «простих», незважаючи на велику кількість її складових. При аналізі простих систем використовується послідовний поділ системи на компоненти і формуються моделі досить простих елементів. Зокрема при математичному моделюванні, моделі елементів представлені у вигляді рівнянь, а прогноз поведінки системи є фактично розв'язком системи рівнянь. Кінцевим етапом проектування складної мережі, здійсненого як методом синтезу структури, так і методом аналізу варіантів структур, є аналіз показників ефективності мережі [1].

Серед відомих методів аналізу показників ефективності складних систем і дослідження динаміки їх функціонування слід відмітити аналітичний метод, метод натуральних випробувань, метод напівнатурального моделювання, моделювання процесу функціонування системи на ЕОМ.

Аналітичне дослідження процесу функціонування складних мереж практично неможливо. Побудова аналітичної моделі складної мережі потребує врахування великої кількості умов, що визначаються особливостями роботи мережі, взаємодією її складових, впливом зовнішнього середовища тощо.

Конструювання та моделювання складних мереж пов'язано з великими витратами часу і коштів. Проведення тестувань передбачає наявність готового зразка мережі або її фізичної моделі, що виключає або ускладнює використання цього методу на етапі проєктування мережі [2].

Широке застосування для дослідження характеристик складних мереж знаходить метод напівнатурального моделювання. При цьому використовується частина реальних пристроїв системи. Включена в таку напівнатуральну модель ЕОМ імітує роботу інших пристроїв мережі, відображених математичними моделями. Однак у більшості випадків цей метод також пов'язаний зі значними витратами і труднощами.

Дослідження функціонування складних мереж за допомогою моделювання їх роботи на ЕОМ допомагає скоротити час і кошти на розробку. Необхідною умовою створення таких моделей є поєднання математичних моделей та засобів імітаційного моделювання. Подібні моделі припускають описання системи співвідношеннями або системами рівнянь, «вхід» і «вихід» системи пов'язані певним алгоритмом, відтворення будь-яких процесів у часі. Тут важливі моменти початку і закінчення кожного з процесів, що функціонують паралельно. Такий вид моделювання передбачає поділ складної системи на простіші підсистеми і дослідження їх поведінки в часі. Витрати робочого часу і матеріальних засобів на реалізацію методу виявляються незначними в порівнянні з витратами, пов'язаними з натурним експериментом. Результати моделювання за своєю цінністю для практичного вирішення завдань часто близькі до результатів натурального експерименту. Для дослідження складних мереж можна також, окрім зазначених вище методів, використовувати методи інформаційного та системного моделювання [3].

З метою прогнозування розвитку складної системи доцільно використовувати інформаційні моделі. Подібні моделі засновані на гіпотезі існування статистичного зв'язку між «входом» і «виходом» системи, тобто відображенням вхідної інформації у вихідну. Важливою перевагою інформаційних моделей перед іншими є відсутність обмежень на складність досліджуваної системи. На відміну від імітаційних моделей в інформаційних моделях параметр «час» не є істотним і виключається з безпосереднього розгляду. «Час» залишається лише в «опосередкованому» вигляді, оскільки вихідні дані, тобто вимірювані параметри, відповідають певним моментам часу.

При розробці інформаційної моделі визначальну роль має правильний вибір складу і якості змісту вихідної інформації. Недостатня інформація не дозволяє створити якісну інформаційну модель. Водночас надмірна інформація може призвести до «зашумлення» вихідних даних, що також може відбитися на якості інформаційної моделі.

Найбільш загальною методикою побудови та використання інформаційних моделей складних систем є системне моделювання. Результатом реалізації системного моделювання є побудова певної (унікальної) моделі системи, яка описує для даної задачі найважливіші властивості системи-оригіналу. Загальною властивістю всіх побудованих моделей є їх подібність системі-оригіналу. Процес побудови і подальшого використання моделей для отримання інформації про систему-оригінал є основною

задачею системного моделювання.

Теорія соціальних мереж розглядає соціальні взаємовідносини у термінах вузлів і зв'язків. Загалом існує багато типів зв'язків між вузлами.

Варто відокремити чотири основні методологічні підходи щодо аналізу соціальних мереж:

1. Структурний – акцентує увагу на геометричній формі та інтенсивності взаємодій (вазі ребер). Особлива увага при даному методологічному підході приділяється взаємному розташуванню вершин, центральності, транзитивності взаємодій. Для інтерпретації результатів у цьому випадку використовуються структурні теорії та теорії мережевого обміну.

2. Динамічний – акцентує увагу на змінах мережевої структури з часом, зокрема вивчаються причини появи та зникнення ребер мереж; у разі зовнішніх дій зміни структури мережі; стаціонарні конфігурації соціальної мережі.

3. Нормативний – зацентована увага на рівні довіри, а також на нормах, правилах та санкціях, які впливають на поведінку акторів у соціальній мережі та процеси їх взаємодій. В даному випадку аналізуються соціальні ролі, які пов'язані з деяким ребром мережі, зокрема, дружні або родинні зв'язки, відносини керівника і підлеглого. Комбінація індивідуальних і мережевих ресурсів актора з нормами і правилами, що діють у цій соціальній мережі, утворює його «соціальний капітал».

4. Ресурсний – розглядає можливості акторів щодо залучення індивідуальних і мережевих ресурсів для досягнення визначеної мети і диференціює акторів, які перебувають в аналогічних структурних позиціях соціальної мережі, за їх ресурсами. Індивідуальними ресурсами можуть бути престиж, багатство, етнічна приналежність, знання, стать (гендерна ідентичність). Під мережевими ресурсами розуміють вплив, статус, інформацію, капітал [1].

Література

1. Евин И. А. Введение в теорию сложных сетей. / Евин И. А. // Компьютерные исследования и моделирование. – 2010. – Том 2. – №2. – С. 121-141.

2. Ландэ Д. В. Интернетика: Навигация в сложных сетях: модели и алгоритмы. / Ландэ Д. В. Снарский А. А., Безсуднов И. В. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 264 с.

3. A. Jimenez, K. F. Tiampo, A. M. Posadas Small-world in a seismic network: the California case // Nonlin. Processes Geophys., 15. – (2008) С. 389–395.

УДК 338.432 : 664

Крисанов Д.Ф., д.е.н., професор

Інститут економіки та прогнозування НАН України

ФОРМУВАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ МОДЕЛІ БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ

На початку 2016 року згідно з Угодою про Асоціацію Україна-ЄС була відкрита поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі. За оцінками експертів, скасування (чи суттєвого зменшення) експортних та імпорتنих мит дозволить заощаджувати українським експортерам 487 млн., а європейським імпортерам – 391 млн. євро щороку. Однак особливий інтерес викликає інша складова ПВЗВТ – скасування технічних бар'єрів. Згідно з нею, Україна повинна привести свою систему технічного регулювання (СТР) у відповідність із запровадженою в ЄС. У цьому зв'язку значний інтерес викликає СТР, що безпосередньо стосується аграрного сектора економіки, зважаючи на її надзвичайну складність. Орієнтиром для цього виступає запроваджена в Європейському Союзі система безпеки харчових продуктів згідно з вимогами

Регламенту (ЄС) № 178/2002 Європейського Парламенту і Ради «Про визначення загальних принципів і вимог харчового кодексу, створення органів для безпечності продуктів харчування і встановлення заходів для дотримання безпечності продуктів харчування» (від 28.01.2002 р.). Однак прийняттю Регламенту (ЄС) № 178/2002 передував вихід «Білої книги про безпечність харчових продуктів» (січень 2000 р.).

У «Білій книзі» поняття гігієни харчових продуктів охоплює весь продовольчий ланцюг: від первинного виробництва до кінцевого продукту. Це стало відправною точкою при формуванні нормативно-правової бази, квінтесенція якої полягає в забезпеченні належного контролю при виробництві харчових продуктів і кормів для тварин та чіткого контролювання їхньої безпечності. Практичною реалізацією цієї нормативно-правової бази стало створення уніфікованої та прозорої системи безпеки харчової продукції (СБХП) в усьому продовольчому ланцюжку. Глобальний та інтегрований підхід до СБХП забезпечується правовим регулюванням чітких обов'язків і відповідальності учасників продовольчого ланцюжка за принципом «з лану до столу» і включає наступні положення:

по-перше, в основі безпечності харчових продуктів лежить положення про визнання тварин істотами, що мають відчуття, і тому виробники зобов'язані дбати про їхні умови у трьох сферах: вирощування, перевезення та забій тварин. Це комплексне поняття охоплює усі складові здоров'я тварин та їхнє харчування, захист тварин, піклування про їхній добробут й постійний ветеринарний контроль, захист і охорона здоров'я рослин, дотримання санітарних норм при обробленні та приготуванні харчових продуктів;

по-друге, обов'язковий державний контроль за усіма ланками ланцюжка по виробництву та споживанню харчових продуктів, безпечність усіх їх видів;

по-третє, відповідальність за дотримання принципів безпечності диференціюється за усіма рівнями управління: а) Європейська Комісія (формування законодавчої бази та організація обов'язкового офіційного контролю); б) національні органи влади (організація дотримання вимог стандартів операторами ринку харчового і кормового бізнесу); в) оператори продовольчого ринку (дотримання вимог виробниками, постачальниками і дистриб'юторами у межах своєї відповідальності та мінімізація ризиків);

по-четверте, дотримання принципу забезпечити здоров'я, безпеку, захист економічних і юридичних інтересів споживачів та їхнього права на об'єктивну й своєчасну інформацію;

по-п'яте, включення споживачів, як кінцевої ланки продовольчого ланцюжка, в систему громадських обговорень проблем харчової безпеки, навчання новим правилам і вимогам (персональна відповідальність за належне зберігання, використання й приготування продуктів харчування), врахування їхніх побажань і зауважень при удосконаленні системи контролю, дотримання принципу прозорості європейської політики в частині безпечності харчових продуктів на всіх рівнях з метою підвищення довіри населення до продуцентів продовольчих ресурсів тощо;

по-шосте, впровадження Європейською Комісією ефективних систем контролю та оцінювання результативності роботи національних органів влади, їхньої здатності впроваджувати ефективні системи біологічної безпеки як на рівні країни, так і безпосередньо виробників харчових продуктів, що підтверджується результатами обстеженнями (аудиторські перевірки та інспекції) окремих з них з метою встановлення відповідності роботи підприємств вимогам технічних регламентів та ін.

Обов'язкові вимоги законодавства Співтовариства до харчових продуктів і кормів для тварин й пов'язані з ними проблеми та ризики знайшли своє логічне вирішення у

створенні відповідної інституційної установи – Європейського агентства з безпеки харчових продуктів (European Food Safety Authority - EFSA) (далі – Орган з безпеки). На рівні операторів ринку харчового бізнесу основним інструментом унеможливлення ризику виступає чітке та неухильне дотримання вимог гігієни шляхом запровадження на підприємствах системи НАССР (аналіз ризиків і критичні контрольні точки). Водночас, відповідно до Регламенту ЄС №854/2004 «Про відомчий контроль певних виробів тваринного походження, призначених для споживання людьми», механізм саморегуляції операторами ринку встановлюється на основі загальних вимог законодавства щодо гігієни харчових продуктів. Тобто, держава встановлює загальні вимоги до гігієни харчових продуктів, а асоціації операторів ринку харчового бізнесу розробляють на їх основі деталізовані вимоги, які повинні бути затверджені компетентним органом. Якщо інспектор здійснює контроль гігієнічних вимог на підприємстві, яке виконує такі деталізовані вимоги, вважається, що підприємство відповідає загальним положенням законодавства у цій сфері.

Необхідно підкреслити, що рамковим Законом України з харчової безпеки (від 22.07.2014 р. № 1602-VII) [1] встановлено кінцеві строки впровадження НАССР для окремих груп операторів ринку харчового і кормового бізнесу, зокрема:

перша група: потужності, що провадять діяльність з харчовими продуктами, у складі яких є необроблені інгредієнти тваринного походження (крім малих потужностей). Коды за КВЕД-2010: 10.1 – виробництво м'яса та м'ясних продуктів; 10.2 – перероблення та консервування риби, ракоподібних і моллюсків; 10.5 – виробництво молочних продуктів. Строки впровадження НАССР - до 20.09.2017 р. Кількість потужностей – біля 200 од.;

друга група: потужності, що провадять діяльність з харчовими продуктами, у складі яких відсутні необроблені інгредієнти тваринного походження (крім малих потужностей). Строки впровадження НАССР - до 20.09.2018 р. Коды за КВЕД-2010: 10 – виробництво харчових продуктів; 11 – виробництво напоїв; 12 – виробництво тютюнових виробів. Кількість = $(10+11+12) - (10.1+10.2+10.5) =$ більше 800 од.;

третя група: малі потужності. Строки впровадження НАССР - до 20.09.2019 р. Загальна кількість – біля 4,5 тис. од., у т.ч. без мікропідприємств (до 10 зайнятих) – 1,2 тис. од.

Наведені показники стосуються лише виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів. Впровадження системи НАССР є обов'язковою вимогою для переробно-харчових потужностей, але коли із продовольчого ланцюжка випадає первинне виробництво (виробництво та вирощування продукції, у тому числі збір врожаю, доїння, розведення тварин до моменту забою, полювання на тварин, рибальство та збір врожаю диких рослин), для якого її застосування не є обов'язковим, то забезпечити функціонування СБХП практично неможливо. За таких умов агровиробники можуть використовувати гнучке або спрощене застосування процедур, що базуються на принципах НАССР (так звані базові програми або програми обов'язкових попередніх заходів), але за умови низького ризику для безпечності продукції [2]. Без виконання цієї умови неможливо забезпечити дотримання нормативних вимог до безпечності та якості кінцевої агрохарчової продукції, що запроваджені в ЄС.

Як свідчать дані Департаменту продовольства Міністерства аграрної політики та продовольства України, станом на початок 2016 року більше 800 підприємств переробно-харчових галузей сертифікували або впроваджували функціональні системи менеджменту (безпечності, якості, екологічного управління), у т.ч. близько 500 – менеджменту безпечності. Однак для чіткого входження в законодавчо встановлені

строки необхідно прискорити процеси впровадження НАССР, але при цьому обов'язково узгоджуючи з первинними виробниками. Їх загальна кількість по за КВЕД-2010 група А-01 «сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних з ними послуг» становить понад 44 тис. од., з яких, за експертними оцінками, лише 1-2 відсотки впровадили системи менеджменту якості. Тому цю проблему необхідно вирішувати в комплексі, тобто, по всьому продовольчому ланцюжку, а ініціатива повинна виходити зі сторони найбільш зацікавлених у цьому.

На нашу думку, перш за все в цьому зацікавлені підприємства переробно-харчових галузей, які поставили задачу розробити та застосувати Систему управління безпечністю харчових продуктів (НАССР) з метою вийти на рівень вимог європейської моделі безпечністі харчових продуктів. Але попередньо вони повинні перевірити власне виробництво на відповідність мінімальним вимогам [3]. Якщо ж окремі елементи підприємств, технологічні процеси чи санітарні умови не відповідають мінімальним вимогам, то впровадження базових програм стає обов'язковою вимогою. Водночас, це гостро ставить підприємства перед необхідністю забезпечити надходження на переробку безпечної та якісної сировини, яка виробляється сільськогосподарськими підприємствами. Вони охоплюють широке коло агровиробників: від особистих селянських та фермерських господарств товарного спрямування до великих аграрних підприємств із багатогалузевою структурою виробництва. У цьому зв'язку перевірка сільськогосподарського виробництва на відповідність мінімальним вимогам [4] стає обов'язковою практично для усіх виробників, за винятком лише тих, де вже функціонують системи менеджменту. Якраз на цьому етапі організаційно непорядковані технологічні зв'язки й економічні відносини повинні бути оформлені в правовому відношенні, тобто, закріплені Угодою на поставку переробно-харчовому підприємству аграрної сировини сільськогосподарським виробником. Це буде виступати правовою підставою для проведення своєрідного аудиту щодо відповідності мінімальним вимогам аграрного виробництва: при їх недотриманні необхідно буде розробити та реалізувати комплекс відповідних робіт і обов'язково – перепідготовку технологічного персоналу на знання та виконання ними вимог базових програм і функціональних систем менеджменту безпечністі (НАССР та ДСТУ ISO 22000 : 2007). Необхідні для цього навчальні семінари й тренінги мають проводити кваліфіковані фахівці – представники сільськогосподарських дорадчих служб, центрів стандартизації та сертифікації, інспекцій державного ринкового нагляду і контролю за дотриманням нормативних вимог. Для невеликих колективів прийнятним буде делегування одного-трьох представників на вище зазначені семінари для освоєння усього комплексу нормативних вимог до виробництв з позицій безпечністі харчових продуктів і кормів для тварин з метою їх наступного впровадження безпосередньо в колективах, де вони працюють.

Література

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів. Закон України від 22.07.2014 р. № 1602-VII [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://zakon.rada.gov.ua/go/1602-18>
2. Вимоги щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпечністю харчових продуктів (НАССР)/Затверджено Наказом Міністерства аграрної політики та продовольства України від 01.10.2012 р. № 590 [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1704-12>
3. Міжнародний стандарт/технічні умови ISO/TS 22002-1:2009 «Програми обов'язкових попередніх заходів із забезпечення безпечністі харчових продуктів. Частина 1. Виробництво харчових продуктів» (Prerequisite programmes on food safety - Part 1: Food manufacturing).

4. Міжнародний стандарт/технічні умови ISO/TS 22002-3:2011 «Програми обов'язкових попередніх заходів із забезпечення безпечності харчових продуктів. Частина 3. Виробництво сільськогосподарської продукції» (Prerequisite programmes on food safety - Part 3: Farming).

УДК 314.7:331.556.4(477)(075)

Дмитрук Б. П., к. е. н., професор,

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

МІЖНАРОДНІ МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ: ЇХ МОТИВАЦІЯ, ВИДИ ТА НАСЛІДКИ ДЛЯ КРАЇН ВИЇЗДУ ТА ПРИЙМАЮЧИХ КРАЇН

Головним чинником виробництва є робоча сила – сукупність фізичних і духовних здібностей людини, що використовується нею в процесі виробництва матеріальних благ, здатність до праці, головний елемент виробництва.

Особливість робочої сили полягає в тому, що вона здатна створювати і створює більшу вартість ніж витрати для її відтворення у формі оплати праці з урахуванням її кількості та якості [1].

Робоча сила, як економічне явище – це специфічний товар, пропонований її носієм, людиною, яка шукає більш сприятливі умови для життя і діяльності. В умовах найманої праці власник робочої сили продає на певний термін наймачеві свою здатність до праці не тільки в середині, але й за межі національних кордонів з метою забезпечення умов для відтворення своєї робочої сили. Останнє утворює міжнародну міграцію робочої сили.

Міжнародна міграція робочої сили (ММРС) означає процес стабільного або організованого переміщення працездатного населення в рамках національного чи міжнародного процесу, обумовленого характером розвитку продуктивних сил і виробничих відносин, дією економічних законів [2].

Міжнародна міграція робочої сили характеризується такими поняттями: *міграція* – це пересування людей з країни в країну або всередині країни; *еміграція* – виїзд із країни певного контингенту людей; *імміграція* – це в'їзд у країну певного контингенту людей; *реміграція* – повернення людей, які раніше виїхали [3].

Визначальним критерієм, що дозволяє виділити міграцію з інших переміщень громадян через кордон, є *мотивація*.

Мотивація – причина, яка спонукає економічного суб'єкта до діяльності для досягнення певної мети, наявність інтересу до цієї діяльності й способів її реалізації [1].

Вона включає такі мотиви [2]:

- *політичні* (втеча від політичних переслідувань, расової, національної дискримінації та ін.);
- *військові* (евакуація, реевакуація тощо);
- *економічні* (пошук роботи, більш високих доходів тощо);
- *соціальні* (шлюб, рекреація тощо);
- *екологічні* катастрофи (масове забруднення у тому чи іншому вигляді навколишнього середовища, засухи, повені і т. д.);
- *інші* (форсмажорні, релігійні, етичні та ін.).

В останні роки (2014-2016) у зв'язку з війною в Сирії, Лівії, погіршенням умов життя в деяких Південноафриканських і Південноамериканських країнах зріс масовий наплив мігрантів до країн Європи. Це негативно впливає на вибори в багатьох країнах ЄС, підриває загальний дух Європейського союзу. Саміт 28 міністрів внутрішніх справ в Брюсселі характеризувався протиріччями між окремими країнами і групами країн. В результаті розгляд майже всіх питань було перенесено на позачерговий саміт глав

держав і урядів.

Комісар ЄС з питань імміграції Дімітріс Аврамопулос попередив, що коли не вдасться «пройти вперед всім разом скоординованим чином» і ліквідувати «односторонні, двосторонні або тристоронні» заходи, виникне загроза «тотального колапсу» системи вільного руху між європейськими країнами, що підписали Шенгенську угоду [2].

Якщо в найближчі роки в європейській еміграційній політиці не відбудеться суттєвих змін, то перспективи Європи наразі видаються сумними. Про це свідчать такі дані: у 2012 році до Німеччини переселилося 1 млн 100 тис. мігрантів; у 2013 – 1 млн 200 тисяч. Якщо поширити ці пропорції на весь Євросоюз із загальним населенням 507 мільйонів, то у разі, якщо ці тенденції зберігатимуться, в найближчі 35 років у Європу можуть перебраться 250 мільйонів економічних мігрантів [5].

Сучасна міграція здійснює суттєвий вплив як на економіку країн-експортерів, так і країн-імпортерів робочої сили. Світ, в цілому, також не залишається байдужим до міжнародного переміщення трудових ресурсів.

1. Країна виїзду:

-втрачає (зазвичай крашу) частину своєї робочої сили, оскільки у своїй більшості, країну залишають найбільш кваліфіковані працівники. Особливо страждають країни, що розвиваються, оскільки втрачають вкрай необхідні для розвитку найкращі кадри, на підготовку яких раніше були витрачені значні кошти;

-у результаті постійно зростаючої еміграції пропадає так званий «ефект віри» в розвиток економіки власної країни, що в кінцевому підсумку призводить до зниження рівня інвестицій в економіку даної країни;

-у результаті «відтоку розуму» за межі національних кордонів посилюються і без того потужні позиції конкурентів у міжнародній торгівлі;

-не отримує певну частину національного доходу і податкових надходжень до держбюджету;

+ відчуває зниження тиску надлишкових трудових ресурсів, які є у неї, і, врешті-решт, зменшення соціальної напруги у країні;

+ поповнює доходну частину платіжного балансу за рахунок грошових переказів працюючих за кордоном власних громадян;

+ отримує значні вигоди за рахунок ввезення емігрантами різного роду матеріальних цінностей: грошових коштів, автомобілів, товарів тривалого користування та ін.;

+ має більш кваліфіковану робочу силу, яка повернулася на батьківщину і використовує накопичені знання, досвід, грошові та матеріальні кошти для розвитку економіки власної країни.

2. Приймаюча країна:

-отримує додаткову конкуренцію на ринку праці, що призводить до зростання безробіття;

-отримує елементи соціальної напруженості в суспільстві у вигляді конфліктів на національному, релігійному ґрунті, а також зростання злочинності тощо;

+ за рахунок залучення додаткової кваліфікованої робочої сили стимулюється зростання продуктивності праці та ефективності виробництва у країні;

+ отримує економію на витратах на освіту і професійну підготовку;

+ одержує можливість економії за рахунок скорочення купівлі ліцензій, патентів, «ноу-хау» за кордоном і відповідно за рахунок продажу їх на світовому ринку;

+ підвищує конкурентоспроможність своїх товарів внаслідок зменшення витрат виробництва і внаслідок низької ціни іноземної робочої сили;

- + стимулює власне виробництво і збільшує зайнятість за рахунок додаткового попиту на товари і послуги робочої сили, яка в'їхала;
- + виграє внаслідок відходу від реалізації різного роду соціальних програм для іноземних робітників;
- + покращує демографічну ситуацію у своїй країні, уповільнює загальний темп старіння населення.

Узагальнюючи наслідки міжнародної міграції робочої сили для країн, які відштовхують і притягують її, слід зазначити, що міжнародна міграція – процес неоднозначний. Вона звичайно ж не визначається однією лише кількістю позитивних і негативних аспектів. Фундаментальною є якісна сторона процесу, що дозволяє кожному громадянину більшою чи меншою мірою реалізувати права людини, вільно жити і працювати в тій країні, де він може внести більший внесок у світове виробництво і власний добробут.

Неоднозначні наслідки міжнародної міграції і для самих мігрантів. Крім можливих вигод від отримання роботи, кращих умов праці та її оплати, мігранти несуть і певні втрати, пов'язані з проблемами:

- переїзду і облаштуванням на новому місці;
- найму на роботу;
- оплати праці;
- тривалості та режиму робочого дня;
- отримання освіти та підвищення кваліфікації;
- отримання пенсій, допомоги та інших форм соціального забезпечення;
- адаптації до нової культури, мови, клімату тощо;
- медичного страхування і обслуговування та ін.

Незважаючи на ці проблеми, які в деяких країнах для іноземної робочої сили, вигоди все ж таки є категорією визначальною, а економічний аспект є домінуючим. Так, за останні 15 років експорт робочої сили найбільш сильний вплив справляв на економіку Пакистану. Перекази із-за кордону до цієї країни від працюючих за кордоном дали більше надходжень від експорту товарів і послуг у 5 разів [2].

Надходження від експорту робочої сили зростають у деяких країнах, що розвиваються найбільш високими темпами – 10% на рік. Отримуючи щороку значні суми від цього джерела, багато держав, що розвиваються, стали спеціалізуватися на трудових послугах, експорт яких став найважливішим джерелом валютних доходів. Так, наприклад, для АРС експлуатація Суецького каналу в кінці 80-х років давала прибуток 970 млн доларів на рік, туризм – 600 млн доларів, перекази емігрантів – понад 3 млрд доларів. У Ємені перекази емігрантів в окремі роки в 30 разів перевищували надходження від експорту. За даними на початок 90-х років, близько 40 країн світу мали у своїх надходженнях із-за кордону не менше 100 млн доларів від мігрантів, а 10 країн – більше 1 млрд доларів. За даними МВФ, приватні перекази, що включаються у доходну частину платіжних балансів, на 90% складаються з надходжень від емігрантів.

1. За даними статистики ООН 232 млн осіб або кожний тридцятий житель планети проживає на території не тієї країни, в якій народився. Тому в XXI столітті темпи зростання кількості мігрантів збільшилась, а міграційні потоки стали більш різноманітними. Уряди багатьох країн в останні роки посилили увагу до проблем, як залучити в свої країни необхідні їй категорії мігрантів і в той же час обмежити в'їзд небажаних. Це вплине на структуру і динаміку міжнародних потоків.

2. Для України, яка обрала свій стратегічний курс інтеграції до ЄС, досвід регулювання потоків мігрантів з інших країн представляє значний інтерес.

Література

1. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / за ред. Р. Деківа. – К.: Міжнародна економічна фундація, 2000. – С. 384, 519.
2. Фомішин С.В., Рибчук А.В., Румянцев А.П., Гудзь П.В. та ін.. Міжнародна економіка: Навчальний посібник / С.В. Фомішин, А.В. Рибчук, А.П. Румянцев, П.В. Гудзь та ін.; За ред. С.В. Фомішина – Львів: Новий світ – 200. - 214.
3. Боган І. П. Глобальна економіка : Підручник / І. П. Боган, І. Р. Михасюк. – К.: Знання, 2007. – С. 150-151.
4. Журнал-газета «Публіка». – 2016. – № 9. – С. 5.
5. Грицик Ю Великі запитання для Європи / Ю. Грицик // Експрес. – 2016. – № 7. – С. 4.

УДК. 332.363

Павлов К.В., *д.э.н., профессор*

*Камский институт гуманитарных и инженерных технологий
г. Ижевск, Россия*

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОЛОГИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Опыт стран с развитой рыночной экономикой свидетельствует о том, что в последнее время инновации стали основой повышения конкурентоспособности этих стран, а также базовым элементом их общественной структуры. По оценкам, доля инновационно-информационного сектора за последние годы многократно возросла и составляет в развитых государствах 45-65% [1, с. 318]. Кроме этого, данный сектор стал важнейшей основой, генерирующей современное социально-экономическое развитие, ключевым фактором динамики и роста экономики развитых стран.

Именно наличие развитого инновационно-информационного сектора во многом определяет важнейшее отличие передовых государств от стран третьего мира. Возросшая роль инноваций в жизнедеятельности современного общества способствовала становлению неэкономике, экономики знаний, инновационной экономики как нового направления современной экономической науки.

Основы теории инновации были заложены в XX веке такими крупными учеными, как Й. Шумпетер, Ф. Бродель, Г. Менш, С. Кузнец, Н. Кондратьев, П. Сорокин и др. В научный оборот понятие «инновация» как новую экономическую категорию ввел Й. Шумпетер, который под инновациями понимал изменения с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных, транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности [2, с. 409]. Очевидно, что в настоящее время знания, информация стали важнейшим элементом производительных сил, производительным ресурсом, по масштабам сопоставимым или даже превосходящим традиционные ресурсы: природные, трудовые, материальные и даже капитальные.

Инновационный процесс представляет собой совокупность научно-технических, технологических и организационных изменений, происходящих в процессе создания и реализации нововведений, при этом критериальной характеристикой инновационного процесса выступает внедрение новшества в качестве получения конечного результата, реализованного в производстве [3, с. 256]. Таким образом, инновация – это продукт научно-технического прогресса. Она является результатом творческой деятельности коллектива, направленной на совершенствование существующей системы и имеющей практическую реализацию.

Для инноваций характерны следующие обязательные свойства: научно-техническая

новизна; производственная применимость и коммерческая реализуемость. Объектами инноваций могут быть материалы, продукты, технологии, средства производства, люди и межчеловеческие отношения, социальная среда, а также организация и ее подразделения. Учитывая возросшую роль инноваций в жизни современного общества, в последнее время стала интенсивно развиваться теория инновационной экономики.

В рамках научно-учебной дисциплины «Инновационная экономика» содержится описание теоретических основ инновационной экономики и практических подходов к организации инновационной деятельности в рыночных условиях. К наиболее важным аспектам исследования инвестиционной деятельности следует отнести разработку методологических и методических основ анализа инновационной деятельности и определение специфических характеристик инновационного процесса, эффективное применение механизмов государственной социально-экономической политики, в том числе в отношении процессов формирования национальной и региональных инновационных систем, а также разработку методов продвижения различных инноваций на всевозможных рынках.

Большие возможности и перспективы, на наш взгляд, также имеет разработка теоретико-методологических основ научно-учебной дисциплины «Инновационная экология». В рамках этой дисциплины целесообразно рассмотреть вопросы использования инноваций в природоохранной деятельности и в процессе создания условий равновесия с окружающей средой, оценки эффективности инновационной деятельности в экологической сфере.

«Инновационная экология» как научно-учебная дисциплина самым тесным образом связана с инновационной экономикой. Более того, в национальной и региональных инновационных системах обязательно должны быть экологические подсистемы. Кроме этого, финансово-экономические методы и механизмы широко используются в системе государственного и муниципального регулирования экологических процессов.

В современных условиях инновационный процесс имеет особое значение, т.к. традиционные формы использования хозяйственных ресурсов весьма ограничены, в связи с чем обеспечение роста экономики уже в обозримом будущем в прежнем режиме является весьма проблематичным. Расширенное воспроизводство на основе использования инновационных факторов требует решения сложнейших социально-экономических проблем, таких, как:

использование интенсивных методов хозяйствования в системе национальной экономики;

серийное и массовое использование достижений НТП, в том числе в сфере наноиндустрии;

повышение социально-экономической эффективности системы общественного воспроизводства на основе обеспечения ускорения использования инновационных процессов;

реализация рыночных методов и принципов хозяйствования на основе действия законов спроса и предложения во всех сферах народнохозяйственного комплекса;

обострение экологических проблем и усложнение осуществления природоохранной деятельности.

Важнейшей задачей инновационной экологии в обозримом будущем должна стать разработка технологий, позволяющих сделать антропогенный круговорот веществ как можно более замкнутым, тем самым приблизив его в идеале к природному круговороту веществ. Достижение полной безотходности нереально, так как все это противоречит второму началу термодинамики и поэтому речь идет в основном о создании и использовании малоотходных технологий, под которыми понимается такой способ

производства, который обеспечивает максимально эффективное использование сырья и энергии, с минимумом отходов и потерь энергии [4, с. 119]. При этом одним из важнейших условий малоотходной технологии является рециркуляция, сущность которой заключается в повторном использовании материальных ресурсов, что позволит экономить сырье и энергию и, тем самым, уменьшить образование отходов.

Малоотходная технология основывается на использовании комплекса мероприятий по сокращению до минимума количества вредных отходов и уменьшения их воздействия на окружающую среду. К этим мероприятиям относятся следующие:

создание принципиально новых производственных процессов, позволяющих исключить или сократить технологические стадии, на которых происходит образование отходов;

разработка бессточных технологических систем и водооборотных циклов на основе очистки сточных вод;

создание и выпуск новых видов продукции с учетом требований повторного ее использования;

разработка систем переработки отходов производства во вторичные материальные ресурсы.

Разработка малоотходных технологий должна осуществляться с учетом региональных особенностей. Учитывая, что около 70% территории России относится к зоне Севера, исключительно актуальна проблема разработки малоотходных технологий в разных сферах горной промышленности (например, в процессе добычи апатито-нефелинового концентрата), в которых бы учитывались социально-экономические и экологические особенности северных регионов страны [5, с.182]. Еще одним важнейшим аспектом развития инновационной экологии является разработка и использование интенсивных методов ведения хозяйственной деятельности.

Развитие российской экономики (также как и экономики стран СНГ в целом) до последнего времени преимущественно было связано с использованием экстенсивных факторов (недозагруженными мощностями и незанятой рабочей силой, а также внешней конъюнктурой). Однако ускорение социально-экономического развития, намечаемое на ближайшее десятилетие, не может основываться на весьма ограниченных по своим возможностям экстенсивных факторах. Необходимо использовать качественно новый физический и человеческий капитал, а также результаты благоприятных условий хозяйствования. Чтобы ускорить экономический рост, необходим поиск новых источников развития и интенсификации производства.

Литература

1. Теория инновационной экономики/Под ред. О.С. Белокрыловой. Ростов н/Д, 2009. 376 с.
2. Кацура С.Н. Становление инновационной системы в Украине: национальный и региональный аспекты. Донецк: Институт экономики промышленности НАН Украины, 2011. – 504 с.
3. Ляшенко В.И., Павлов К.В., Шишкин М.И. Наноэкономика в славянских странах СНГ. (Серия: Экономическое славяноведение). Ижевск: Книгоград, 2011. 348 с.
4. Колесников С.И. Экономические основы природопользования. Учебник. М.: Дашков и К°, 2011. 304 с.
5. Экономический механизм и особенности инновационной политики на Севере/Под научной ред. д.э.н. В.С. Селина, к.т.н. В.А. Цукермана. Апатиты: Изд-во Кольского НЦ РАН. 2012. 255 с.

УДК 334.021:261.5

Зайкіна Г.М., к.е.н

Український державний університет залізничного транспорту

**ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ФІНАНСОВОГО ХАРАКТЕРУ ЩОДО
ЗАСТОСУВАННЯ МІСЦЕВИМИ РАДАМИ ЗАКОМУ УКРАЇНИ «ПРО ВНЕСЕННЯ
ЗМІН ДО ДЕЯКИХ ЗАКОНІВ УКРАЇНИ ЩОДО ЗАСНУВАННЯ РЕЛІГІЙНИМИ
ОРГАНІЗАЦІЯМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ»**

У сучасних умовах перебудови ієрархії цінностей аспект релігійного виховання в навчальних закладах набуває особливої важливості. Це багатогранне питання неодноразово ставало предметом наукових досліджень. Роботи з вивчення складної системи співіснування та взаєморозвитку церкви і школи мають Друзенко Г., Кальниш Ю., Нагорна Т., Єленський В., Закович М., Колесова І., Метлик І. та інші.

Актуальність питання зростає в Україні від року в рік. За даними Державної служби статистики та Державного департаменту у справах національностей та релігій на тлі поступового зменшення кількості загальноосвітніх навчальних закладів відбувається відсоткове зростання недільних шкіл [1] (табл. 1).

В цьому контексті надзвичайного впливу набуває прийняття в червні минулого року Закону України «Про внесення змін до деяких законів України» (щодо заснування релігійними організаціями навчальних закладів) (далі Закону) [2].

Разом з тим фінансово-економічний бік реалізації Закону ховає чимало «підводних каменів». Економічна доцільність Закону обумовлена, перш за все, можливістю розвантаження державного бюджету через зменшення контингенту навчальних закладів комунальної форми власності. Але треба зауважити, що у відповідності до змін, внесених постановою Кабінету Міністрів України від 14.01.15 № 6 «Деякі питання надання освітньої субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам», не всі кошти, спрямовані на забезпечення діяльності навчальних закладів, надходять з Державного бюджету, а отже не всі зміни в перерозподілі контингенту учнів між комунальним та приватним сектором сфери освіти матимуть мінімізуючий вплив на державні видатки.

*Таблиця 1. Дані щодо мережі недільних та загальноосвітніх шкіл в Україні
(2012-2016 роки)*

Показник	01.01.12	01.01.13	01.01.14	01.01.15	01.01.16
Кількість релігійних громад	32521	33581	35646	33781	33612
Кількість духовних навчальних закладів	200	202	206	198	191
Кількість слухачів духовних навчальних закладів	9649	10533	18229	17829	17489
Кількість недільних шкіл	12762	13157	13104	12406	12356
Кількість загальноосвітніх шкіл	19900	19700	19300	17600	17337
Співвідношення недільних та загальноосвітніх шкіл (%)	64,13%	66,79%	67,90%	70,49%	71,47%
Кількість населення, млн..	45,6	45,6	45,43	42,93	42,6
Кількість недільних шкіл на 100 тис. населення	28	29	29	29	29
Кількість загальноосвітніх шкіл на 100 тис. населення	44	43	42	41	40

Нова редакція Податкового кодексу надає для релігійних організацій значно більше простору та податкової свободи. В частині 4 підпункту 133.1.1 зазначається, що ці організації не є платниками податку на прибуток з моменту їх внесення до Реєстру неприбуткових організацій та установ контролюючими органами. Отже, встановлено всього дві умови для отримання цими організаціями права бути неплатниками податку на прибуток: відсутність в організації мети здійснення розподілу прибутків; внесення

організації до Реєстру неприбуткових організацій та установ. На жаль, друга складова потенційно не виключає вдавання до лобювання позитивних результатів щодо включення до Реєстру шляхом протизаконних корупційних методів [3].

Але найістотнішим є те, що змінено принцип оподаткування неприбуткових організацій, фактично скасована значна кількість обмежень, присутніх у попередній редакції Податкового кодексу України. Крім того, в червні 2015 року Верховна Рада України внесла зміни до Податкового кодексу, звільнивши релігійні неприбуткові організації від податку на нерухомість. Щоправда, як і раніше, податком будуть обкладатись об'єкти нерухомості, в яких здійснюється виробнича та/або господарська діяльність.

В Законі відсутні положення, які б визначали форму заснування потенційних навчальних закладів, але в пояснювальній записці чітко зазначено, що організації знаходитимуться в приватному секторі. Виходячи з цього, маємо підстави припустити, що установи будуть засновані в формі приватних навчальних закладів, що з точки зору оподаткування означає автоматичне присвоєння обов'язків платника податків на загальних умовах.

У Податковому кодексі України в розділі «Податок на прибуток підприємств» положення, яке б звільняло від оподаткування прибуток, отриманий від надання освітніх послуг дошкільними та загальноосвітніми навчальними закладами недержавної форми власності, відсутнє. Такий стан справ каталізував ініціативу щодо повернення пільгового податкового стану для дитячих садків та шкіл некомунальної форми власності. Так, запропоновано звільнити дошкільні та загальноосвітні навчальні заклади недержавної форми власності від сплати податку на прибуток та податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, та звільнити ці заклади незалежно від форм власності і джерел фінансування від плати за землю. Але дана ініціатива не була підтримана цілком. Зокрема, Головним науково-експертним управлінням відзначено, що податкові пільги доцільно надавати лише неприбутковим підприємствам, установам та організаціям, основною метою діяльності яких, згідно із пп. 14.1.121 п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу України, є не одержання прибутку, а провадження благодійної діяльності та меценатства й іншої діяльності, передбаченої законодавством.

Таким чином, новий Податковий кодекс, надаючи релігійним організаціям пільгові умови, одночасно підвищив податковий вантаж для створюваних ними навчальних закладів. Але це тільки верхівка «айсбергу». Основний прибуток школи або іншого релігійного навчального закладу складатиме плата за навчання. Інші надходження збільшать базу оподаткування і, скоріше за все, будуть перераховуватись безпосередньо на рахунок самої релігійної організації-засновника, яка, нагадаємо, платником податку на прибуток не являється.

До того ж має місце скепсис щодо абсолютної прозорості розрахунку кошторису плати за навчання. Специфіку фінансового боку діяльності релігійної організації визначає система пожертвувань та інших благодійних внесків. В правовому полі має бути так: члени організації можуть на власний розсуд вносити кошти на благочинність, а у разі навчання їх дітей у школі чи іншому закладі - обов'язково сплачувати встановлену плату за навчання. При цьому обидві статті витрат мають бути паралельні, оскільки перша група коштів спрямовується на користь неприбуткової організації, друга – приватного навчального закладу. На практиці ж ситуація може бути дещо іншого вигляду. Батьки – члени релігійної організації можуть внести на рахунок навчального закладу суму, рівну мінімально встановленому розміру. Різниця між офіційно встановленою та об'єктивною вартістю навчання може бути перерахована на користь релігійної організації у формі пожертвування. Податковий кодекс або інший

нормативний документ не враховує питання регулювання та контролю механізму надходження сплати за виховання в навчальних закладах релігійних організацій. Відсутність роз'яснень з цього приводу, на жаль, дає чималий простір для шахрайств у сфері уникнення обов'язків податкового характеру. На сьогодні не існує законного чи підзаконного акту, який би заборонив або обмежив таку фінансову операцію з «переливання» коштів в обхід Податкового кодексу. Отже, Міністерство фінансів та Державна фіскальна служба України мають роз'яснити межі пільг, які надають податкові преференції релігійним організаціям. Адже сприятливий податковий клімат не має перетворитись на джерело спустошення місцевих бюджетів.

Література

1. Дані Державного департаменту у справах національностей та релігій. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://gisu.org.ua/ua/index/resources/statistics/ukr2015/60129/>
2. Про внесення змін до деяких законів України» (щодо заснування релігійними організаціями навчальних закладів): Закон України від 02.06.2015 №498-VIII [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/498-19;>
3. Податковий кодекс України: за останньою редакцією від 01.02.2016р №2755 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17)

УДК 658.012

Захарова І.В., к.і.н., доцент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Суспільство, держава, підприємство, фірма, організація або приватна особа мають певні ресурси, необхідні для їхньої життєдіяльності. Традиційними видами суспільних ресурсів є: матеріальні, сировинні (природні), енергетичні, людські, фінансові [1, с. 80].

Одним з найважливіших видів ресурсів сучасного суспільства є інформаційні ресурси (далі – ІР), а трактування інформації як ресурсу покладено в основу концепції інформаційної економіки, яка визначає ІР основним джерелом доданої вартості.

До ІР відносять окремі документи і масиви документів, документи в інформаційних системах (бібліотеках, архівах, фондах, банках даних, базах знань, інших інформаційних системах) [2, с.134].

Значний сегмент у загальному складі ІР посідають ІР на машинних носіях – це спеціалізовані інформаційні масиви у вигляді автоматизованих баз даних, а також інформаційні ресурси Web-сайтів у мережі Internet [2, с.134].

Як технічна категорія інформаційні ресурси представляють сукупність інформаційних об'єктів, зображених у знаковій формі на матеріальних носіях, що містять інформацію про події та процеси реального світу. Інформаційні ресурси можуть бути представлені документами і масивами документів як у паперових, так і в автоматизованих інформаційних системах, базами і банками даних, файлами, директоріями та іншими інформаційними об'єктами. Як економічна категорія інформаційні ресурси являють собою відокремлені знання людини про процеси або явища, представлені у формалізованому вигляді та зображені на твердому носії, застосування яких сприяє утворенню вартості продуктів та послуг [3].

Для підтримки стійкої роботи підприємства в умовах ринку більш важливим стало отримання своєчасної та достовірної інформації не стільки про стан власного потенціалу (внутрішня інформація), скільки про ринки збуту (як внутрішні, так зарубіжні), про постачальників, про партнерів для спільного виробництва, про джерела

і умови кредитування, про нові технології, про нові методи управління і організації виробництва, про господарське законодавство, про конкурентів та інших суб'єктів навколишнього середовища (зовнішня інформація). Звідси необхідність прискорення формування ІР для підтримки підприємництва і насичення інформаційного ринку ділової та комерційної інформації.

Вперше інформація як економічна категорія була застосована А. Хартом при визначенні причин успіху діяльності фірм в сфері фінансів. Серед вітчизняних економістів, що досліджували роль інформації в економіці в рамках мікропідходів, відзначимо Д. Плахотного, А. Московського, А. Аузана, Р. Заблюк, Р. Малахінову та інших, які найбільш повно розкрили природу інформаційних ресурсів та інформаційного продукту [4, с.83].

Інформаційний ресурс як сукупність даних, що мають смислове навантаження відображає всю виробничо-господарську діяльність підприємства і документально зафіксовані на різного виду носіях. Вони можуть бути використані в управлінні як чинник збільшення обсягу виробництва і підвищення його ефективності [4, с. 89].

Є ряд особливостей, які відрізняють інформаційні ресурси від інших видів ресурсів, а саме: вони не мають фізичного зносу; за своєю сутністю – нематеріальні; їх використання дає змогу різко скоротити споживання решти видів ресурсів, що призводить до їх економії; процес їх створення і використання в сучасних умовах здійснюється за допомогою ІКТ.

До особливостей ІР слід віднести те, що вони впливають на ефективність виробництва без фізичного збільшення традиційних ресурсів, прискорюють процес відтворення за рахунок зменшення періодів виробництва й обігу.

Потужним інструментом і засобом інформаційної підтримки підприємницької діяльності в сучасних умовах є ІР Інтернету. В Інтернет-середовищі найбільш успішно функціонують бази і банки даних, призначені для використання в економічній і соціальній сферах. Перш за все, це дані, які відображають фінансову, банківську, комерційну діяльність, а також соціальні та інші дані. В Інтернеті формується інформаційне середовище в єдиній розподіленій мережі банків даних і знань, накопичується інформаційний ресурс, заснований на знаннях про передові технології, передові методи організації і управління, досягнення науки і техніки, передового досвіду, про економічні умови господарювання тощо. Сконцентрована і доступна для використання інформація стає потужним фактором, що дозволяє суб'єктам господарювання постійно бути в курсі питань, пов'язаних із діяльністю (виробництво, ринок, біржі, економіка, ціни, фінанси, збут), істотно прискорюється рішення господарських проблем в швидко мінливих економічних і виробничих умовах. Отже, Інтернет надає такі переваги для суб'єктів господарювання:

1) використання у маркетингових дослідженнях. Саме Інтернет є економічно вигідним та універсальним способом отримати будь-яку інформацію для розробки продукту, проведення конкурентного аналізу, ціноутворення, і для створення нових ідей;

2) ефективне просування продукції. Інтернет-пошукові системи генерують численні посилання на ІР. Зареєструвавши назву свого підприємства та подавши її докладний опис у максимально можливу кількість каталогів, суб'єкт господарювання збільшує свої шанси бути поміченим споживачем, який шукає відповідну продукцію, покращити репутацію та підвищити пізнаваність свого господарства. Крім того, Інтернет дозволяє виходити на клієнтів, яких неможливо було б досягти за інших умов, наприклад, через велику різницю у географічному розташуванні, та підтримувати зв'язки з наявними клієнтами;

3) зниження операційних витрат;

4) значні переваги для невеликих підприємств: Інтернет створює можливості для різноманітних типів індивідуальності підприємців розпочати свій бізнес; пропонує зручний спосіб ведення ділових операцій, без будь-яких часових обмежень; забезпечує вищі доходи.

Отже, в системі управління підприємством ефективне використання ІР на основі сучасних інформаційних технологій забезпечує посилення конкурентних переваг підприємств шляхом: швидкого реагування на зміни ринку, у споживчих перевагах, конкурентному середовищі тощо; поширення торгівлі на Інтернет – бізнес-простір, що дає можливість як збільшити збут на внутрішньому ринку, так і вийти за його межі; переведення відносин з партнерами з бізнесу (постачальниками, контрагентами, споживачами тощо) на новий рівень відносин у режимі електронного доступу до інформаційних ресурсів; оптимізації системи маркетингового менеджменту; підвищення ефективності, оперативності й обґрунтованості рішень, що приймаються.

Література

1. Каймин В.А. Информатика : учебник, 5-ое издание / Каймин В.А. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 433 с.

2. Плєскач В. Л. Інформаційні системи і технології на підприємствах : підручник / В. Л. Плєскач, Т. Г. Затонацька. – К. : Знання, 2011. – 718 с.

3. Родіонов А.В. Визначення інформаційних ресурсів як економічної категорії / Родіонов А.В. // Простір і час сучасної науки : XII Міжнародна наукова інтернет-конференція [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intkonf.org/rodionov-av-viznachennya-informatsiynih-resursiv-yak-ekonomichnoyi-kategoriyi/>. – Назва з екрану.

4. Вєревченко А. П. Информационные ресурсы для принятия решений : учеб. пособие / А. П. Вєревченко [и др.]. - М. : Академ. проект : Екатеринбург : Деловая книга, 2002. - 560 с.

УДК 657.1

Огнева А.М., *к.т.н., доцент*

Русин О.І., *студент*

Хмельницький національний університет

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

В ринкових умовах господарювання автоматизація процесу обліку дає можливість економити підприємству свій час та кошти, а головне своєчасно приймати ефективні управлінські рішення. Як показує практика ефективність обліку значно підвищується, якщо його інформація являється повною, своєчасною і динамічною, що обумовлює необхідність автоматизації облікової інформації. Саме тому, на сучасному етапі розвитку продуктивних сил перед підприємствами, котрі прагнуть ефективно організувати свою діяльність, постає завдання вибрати програмний продукт для автоматизації обліку та управління, котрий якомога більше задовольнятиме їх вимогам.

Вивченням теоретичних та методологічних аспектів розвитку та впровадження комп'ютерних інформаційних систем на підприємствах займалися такі вчені як: Барановський М.Т., Білуха М.Т., Бутинець Ф.Ф., Івахненко С.В., Кузьмінський Ю.А., Терещенко Л.О. та інші. Дані вчені зробили значний внесок в розвиток інформаційних систем бухгалтерського обліку але ряд проблем щодо впровадження інформаційних систем для обліку підприємницької діяльності є неповністю дослідженими. [1]

Сучасний розвиток інформаційних технологій та комп'ютерної техніки зумовлюють їх впровадження та використання в усіх сферах виробництва. В сучасному

світі інформаційних технологій неможливо уявити якісно організованого бухгалтерського обліку без використання інформаційних систем (ІС). Без комп'ютерної техніки та програмного забезпечення не може діяти навіть найменше підприємство. Проблема оцінки можливостей та впровадження інформаційних систем обліку на сьогодні залишається досить актуальною, оскільки з їх впровадженням праця стає більш творчою, спрямованою на організацію та вдосконалення обліку.

Економіка розвинених країн вступила у новий період розвитку, який називають економікою постіндустріального суспільства. Адекватним визначенням нової соціально-економічної формації став термін «інформаційне суспільство». [2]

Для малих підприємств, торгових фірм і компаній, найбільш підійдуть фінансово-управлінські системи, тому що основні розв'язувані ними завдання – це бухгалтерський облік, управління складом продукції, управління кадрами. Фінансово-управлінські системи також можуть бути використані на невеликих виробничих підприємствах, якщо процес виробництва не складний.

Для малих і середніх виробничих підприємств, з невеликою кількістю юридичних осіб і взаємозв'язків, найбільш ефективними будуть середні інтегровані системи або прості конфігурації інтегрованих систем. Для таких підприємств основним критерієм є саме управління виробництвом, хоча облікові завдання залишаються важливими.

Для великих холдингових структур, фінансово-промислових груп, керуючих компаній, для яких першорядне значення має управління складними фінансовими потоками, трансферними цінами, консолідацією інформації, у більшості випадків підійдуть великі інтегровані системи, які мають можливості для вирішення проблем управління виробництвом і можуть задовольнити весь комплекс вимог великого холдингу.

Для автоматизації гігантських підприємств у світовій практиці часто використовуються великі та середні інтегровані системи в комплексі, коли на рівні управління всією структурою працює, наприклад, SAP/R3, а виробничі компанії користуються пакетами середнього класу. Створення електронних інтерфейсів спрощує взаємодію між системами і дозволяє уникнути подвійного введення даних.

Відповідно до світової практики, при необхідності більш тонкого аналізу декількох систем одного або близьких типів вибору автоматизованої системи надається велике значення. Кожен проект в області автоматизації повинен розглядатися підприємством як стратегічна інвестиція коштів, яка повинна окупитися за рахунок поліпшення управлінських процесів, підвищення ефективності виробництва, скорочення витрат. У виборі правильного рішення необхідно бути зацікавлене керівництво підприємства і повинно ставитися на один рівень з придбанням, наприклад, нової виробничої лінії або будівництвом цеху.

Одним з найважливіших завдань у цій справі є подальший розвиток і вдосконалення ІС підприємств із використанням нових засобів управління та сучасних технічних засобів. Відповідно до цього має змінитися роль бухгалтерського обліку, а отже, методологічні та методичні його аспекти потребуватимуть коригування.

Бухгалтерський облік і облікова інформація в умовах автоматизованої системи обробки інформації використовуються значно ширше, ніж у разі ручної обробки даних. Змінюється й цільове призначення бухгалтерського обліку. Він дедалі більше стає складовою управлінської системи підприємства.

Кожна із ІС лише механізм для підвищення ефективності управління, прийняття правильних стратегічних і тактичних рішень на основі своєчасної й достовірної інформації, що видається комп'ютером. Процес автоматизації бухгалтерського обліку має розвиватися за умови комплексного, системного та цілеспрямованого підходу з

орієнтацією на потреби відповідної ланки управління підприємства [2].

Система управління має виконувати провідну роль в організації бухгалтерського обліку, що є забезпечувальною ланкою у фінансово-господарській діяльності підприємства. Бухгалтерський облік доповнює інші ІС, причому основну частину вхідної інформації він дістає безпосередньо із цих систем. Перетворившись на одну з кількох інформаційних підсистем, взаємозв'язаних як на рівні вирішення завдань, так і на рівні всієї ІС підприємства, бухгалтерський облік відіграє одну з основних функцій управління в умовах застосування автоматизованих систем. Успіх у здійсненні управлінської функції при цьому істотно залежить від правильного встановлення взаємозв'язків задач.

У разі комплексного підходу до організації бухгалтерського обліку в умовах автоматизованої обробки інформації відбувається перехід від організації окремих елементів до організації цілених наборів елементів інформаційних систем, а також налагодження взаємозв'язків між окремими підсистемами і комплексами завдань.

Автоматизація облікових процесів розвивається за рахунок раціоналізації існуючої технології обробки облікової інформації і зниження її трудомісткості, однак можливості такої автоматизації дуже обмежені. Це пояснюється тим, що існуюча методологія й організація обліку та контролю формувалися для ведення обліку вручну.

Існує певна невідповідність між потужностями ЕОМ, які застосовуються в практиці обліку та контролю. ЕОМ полегшують працю бухгалтера, але нічого нового не вносять у її зміст, оскільки для цього потрібні підвищення ролі обліку й аудиту в управлінні, зміни і подальший розвиток методології обліку й аудиту, вдосконалення їх організації з метою досягнення максимальної відповідності потребам управління. [3]

В основу організації автоматизованої системи бухгалтерського обліку покладені такі принципи: [4]

- автоматизована обробка облікових даних у реальному часі безпосередньо на робочих місцях бухгалтерів;
- взаємодія бухгалтера з ІС в діалоговому режимі;
- організація первинних документів на носіях, що читаються машиною;
- організація реєстрів аналітичного та синтетичного обліків у пам'яті ПЕОМ, формування і видача результатної інформації в режимі запиту і необхідному для бухгалтера обсязі.

На нашу думку, створення АРМ забезпечить:

- простоту, зручність і дружнє ставлення до користувача;
- простоту адаптації до конкретних функцій користувача;
- компактність розміщення й невисокі вимоги до умов експлуатації;
- високу надійність і живучість;
- порівняно просту організацію технічного обслуговування.

На ринку програмних продуктів України представлено широкий спектр програм автоматизації бухгалтерського обліку, найпоширенішими з яких і найбільш адаптованими до української системи ведення обліку є пакети ІС: «Підприємство», «Парус – Підприємство» «Акцент-бухгалтерія» та «Бест Звіт Плюс». Кожна з вищеперелічених програм має свої особливості у веденні обліку на підприємствах, вони різняться і ціною придбання, яка залежить передусім від комплектації та приналежності до конкретної операційної системи. Але програмний комплекс «ІС: Підприємство» набув найбільшого поширення в Україні порівняно з іншими програмними продуктами.

Проведене нами дослідження виявило, що автоматизація системи бухгалтерського обліку дозволяє істотно полегшити труд бухгалтера, позбавити його від рутинної роботи, підвищує оперативність та точність облікової інформації, дозволяє більше

пріділяти уваги проведенню економічного і фінансового аналізу роботи підприємства та пошуку резервів щодо підвищення ефективності цієї роботи. Саме тому підприємствам необхідно визначитися з вибором програмного забезпечення, яке було здатне забезпечити всі потреби обліку підприємства і разом з тим було досить економним і не вимагало великих витрат на його придбання, а також не вимагало від бухгалтера специфічних навичок програмування. На мою думку, найбільш ефективним буде використання продукту «1С:Підприємство», бо він забезпечує найбільш повний спектр можливостей для ведення обліку на підприємстві. Тільки за умови вибору можна максимізувати ефективність та ведення облікової діяльності, що безумовно є необхідним кроком на шляху до розвитку і процвітання підприємства.

Література

1. Бутинець Ф. Ф. Організація бухгалтерського обліку: підруч. [для для студентів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит» вищих навчальних закладів] / Бутинець Ф.Ф. Войналович О.П., Томашевська І.Л.; За редакцією д.е.н., проф. Ф.Ф. Бутиця. – 4- е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2006. – 528 с.
2. Івахненко С.В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту: Навч. Посібник/ С.В. Івахненко. – К.: Знання-Прес, 2003. – 349 с.
3. Завгородний В. П. Автоматизація бухгалтерського учета, контролю, аналізу і аудита / В. П. Завгородний. - К.: А.С.К., 1998. - 766 с.
4. Маслов В.П. Інформаційні системи і технології в економіці: [Навчальний посібник] / В.П. Маслов. - Київ: "Слово", 2003 р. - 320с.

УДК 330.4

Опаленко А.М., к.е.н.

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ОБ'ЄКТІВ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ СИСТЕМИ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Для ефективної реалізації системи ризик-менеджменту виробничих підприємств означено складові структурного ризику, такі як об'єкт, суб'єкт, джерело та ситуації. Запропоновано ситуації структурного ризику показувати у вигляді схематичної структури, а також запропоновано виділити основні етапи, які є необхідною базою для визначення структурних ризиків. Удосконалений понятійний апарат ризиків в діяльності виробничих підприємств, зокрема, визначення структурного ризику як об'єктивно-суб'єктивної категорії, яка пов'язана із відхиленням внутрішньої структури економічної системи від гармонійної в ситуації можливості тактичних та стратегічних змін як її організаційної структури, так і структури діяльності та структури цілей дає можливість комплексно досліджувати діяльність виробничого підприємства а відповідно і приймати змістовні, ґрунтовні рішення в управлінні підприємством. Вивчено та проаналізовано стан і динаміку виробничого підприємства, що дає підстави стверджувати про наявність структурних ризиків, та необхідність зменшити втрати від ризиків в діяльності підприємств.

На рис 1. представлено результати дослідження динаміки фінансових результатів ПрАТ «Шполянський завод продтоварів».

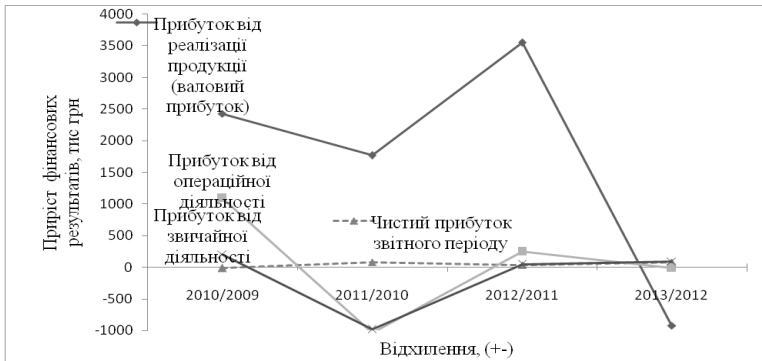


Рис 1. Приріст фінансових результатів ПрАТ «Шполянський завод продтоварів» за 2009/2013 рр.

На рис 2. представлено результати дослідження витрат на виробництво ПрАТ «Шполянський завод продтоварів».

Кожен тип економічних об'єктів – підприємства усіх форм власності, виробничі об'єднання, банки, юридичні та консалтингові фірми, страхові та інвестиційні компанії тощо, – в своїй діяльності стикаються як із загальними ризиками, які супроводжують діяльність всіх економічних об'єктів не залежно від їх спеціалізації, так і з ризиками, які притаманні лише певному виду діяльності окремої галузі. Тому враховуючи мінливість сучасних умов економічного середовища взагалі та окремих його підрозділів зокрема, важливим є вивчення структурних ризиків.

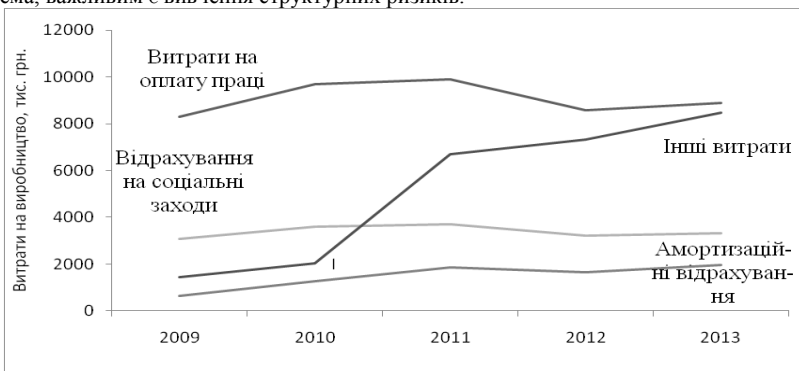


Рис 2. Витрати на виробництво ПрАТ «Шполянський завод продтоварів» за 2009/2013 рр.

Науковці в своїх працях [1-6] наводять до 30 різних видів класифікацій ризиків. Враховуючи здобутки науковців варто підкреслити важливість означення, дослідження та оцінювання категорії структурного ризику.

Враховуючи, що у кожного рішення є два типи наслідків: короткострокові, які проявляються в змінах стану економічної системи та довгострокові, що породжують зміни в структурі, Сергеевою Л.Н. було запропоновано детально дослідити, описати та формалізувати категорію «структурні ризики» [7]. Для ґрунтовного визначення цієї

категорії досліджено такі складові як об'єкт, суб'єкт, джерело ризику, ситуації виникнення структурного ризику.

Об'єктом структурного ризику будемо вважати економічну систему, внутрішня структура якої може змінюватись в часі і точно передбачити ці зміни неможливо, причому поняття структури трактується в широкому сенсі. Щодо трактування в широкому сенсі, мається на увазі, що враховується структура діяльності, організаційна структура, структура цілей та інші типи структур.

Що стосується суб'єкта ризику, то використовуємо дослідження Вітлінського В.В. [9] та з урахуванням часової складової будемо вважати, що під суб'єктом структурного ризику розуміють особу (або колектив), яка зацікавлена в результатах керування об'єктом ризику і має компетенцію прийняття рішень щодо об'єкта ризику та буде продовжувати виконувати свої обов'язки на момент реалізації наслідків прийнятого в умовах ризику рішення.

Джерелом структурного ризику є відхилення внутрішньої структури системи від гармонійної. Аналізуючи категорію структурних ризиків потрібно виокремити такі можливі ситуації:

Структурний ризик низького рівня. В даному випадку варто досліджувати відхилення організаційної структури від гармонійної.

Структурний ризик помірного рівня. В даному випадку варто досліджувати відхилення структури діяльності від гармонійної.

Структурний ризик високого рівня. В даному випадку варто досліджувати відхилення структури цілей від гармонійної.

Структурний ризик, що наближається до катастрофічного. В даному випадку варто досліджувати відхилення всіх або групи структур від гармонійної.

Розглядаючи означені ситуації, варто підкреслити, що відхилення організаційної структури від гармонійної (I) є структурним ризиком низького рівня та легко виправляється, а от ситуації II – IV відносяться до структурних ризиків помірного, високого ризику та ризику, що наближається до катастрофічного, таким чином, визначення ситуації є якісною оцінкою ризику.

Література

1. Вишняков Я. Д. Общая теория рисков : учеб. пособ. для студ. высш. учеб. заведений / Я. Д. Вишняков, Н. Н. Радаев. – 2-е изд., испр. – М. : Академия, 2008. – 368 с.
2. Егорова С. Е. Методы измерения предпринимательского риска / С. Е. Егорова, Н. В. Костина // Труды Псковского политехнического института. – 2010. – № 13. – С. 147–149.
3. Кравченко В. А. Виявлення та опис підприємницьких ризиків: практичний алгоритм для українського бізнесу / В. А. Кравченко. – Вісник Запорізького національного університету. – 2008. – № 1 (3). – С. 63–70.
4. Мочерний С. В. Методологія економічного дослідження/С. В. Мочерний.– Львів, 2001. – 284 с.
5. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : навч. посіб. / Донець Л. І., Шепеленко О. В., Баранцева С. М. та ін. ; за заг. ред. Донець Л. І. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.
6. Пашута М. Т. Прогнозування та макроекономічне планування : навчальний посібник / М. Т. Пашута, А. В. Калина. – К. : МАУП, 1998. – 192 с.
7. Моделювання управління життєздатністю комерційного банку : монографія / Л. Н. Сергєєва, Т. М. Книщенко, О. В. Марковський та ін. ; за ред. Л. Н. Сергєєвої. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 360 с.
8. Вітлінський В. В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко. – К. : КНЕУ, 2000. – 292 с.

УДК 351

Оксьом І.Г., к.ю.н., доцент

*Східноєвропейський університет економіки і менеджменту***НОВИЙ ЗАКОН ПРО ЛІБЕРАЛІЗАЦІЮ ГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СУТНІСТЬ ТА МЕТА ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

19 лютого 2016 року у Верховній Раді України було зареєстровано проект закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо лібералізації готівкових розрахунків» №4117 [1]. Але річ в тому, що за цією вельми непримітною назвою ховаються, можна сказати, революційні перетворення. З одного боку, запропоновані нововведення дозволять значно знизити витрати для малого і середнього бізнесу, з іншого - вигідно для споживачів вплинути на кінцеву роздрібну ціну товару або послуги, а з третього - нарешті нівелюють у нашій країні відставання від вимог часу тих технологій, які використовуються для фіскального контролю.

«Лібералізація» готівкових розрахунків - це можливість використовувати для проведення розрахунково-касових операцій смартфони, планшети, ноутбуки, комп'ютери. І це, в умовах розвитку Інтернету і онлайн-сервісів, дуже зручно і для постачальників товарів та послуг, і для кінцевого споживача, і для держави.

Невдоволення суб'єктів малого бізнесу довкола необхідності обов'язкового використання касових апаратів почало назрівати з прийняттям в грудні 2014 року Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» [2]. Згідно цього закону під «обов'язкові положення» потрапили підприємства електронної комерції (інтернет-магазини), фізособи-підприємці III і II груп, які є платниками єдиного податку, і платіжні системи (численні кіоски самообслуговування). Під тиском підприємницької спільноти в липні 2015 року ця норма була скасована парламентом для тих підприємців, чий річний дохід не перевищує 1 млн. гривень.

Головною метою обов'язкового використання касових апаратів Міністерство фінансів України, як основний ініціатор цього нововведення, називав легалізацію виручки, ліквідацію внутрішніх офшорів і збільшення надходжень до бюджету. Для держави з проблемами в економіці мета цілком виправдана. Але на ділі виявилось, що для обладнання торгових точок касовими апаратами потрібні були суттєві матеріальні вкладення, згубні для малого і середнього бізнесу, особливо в умовах падіння купівельної спроможності.

Судить самі: на ринку касової техніки існує 3 категорії касових апаратів і 4-5 великих гравців - їх постачальників. Ціна таких пристроїв коливається від 5000 до 22000 гривень (еквівалент вартості сучасного комп'ютера). Основний фактор, що впливає на ціну, - курс долара. Крім цього, до вартості самого апарату додаються щомісячні сервісні платежі в 150-250 грн. і вартість витратних матеріалів (найменша касова стрічка, наприклад, обходиться в 25-28 грн.). У підсумку, при терміні служби 7 років витрати на утримання касового апарату можуть в 2-2,5 рази перевищити витрати на його покупку. Природно, всі ці складові лягають в кінцеву роздрібну ціну товару або послуги. А значить - на плечі споживача. Але є і додаткові проблеми - програмні обмеження і особливості нинішніх касових апаратів, які не дозволяють їм адаптуватися до змін законодавства. Наприклад, на початку 2015 року підприємці зіткнулися з труднощами щодо розрахунку 5% акцизного податку на роздрібні продажі піддакцизних товарів касовими апаратами. Пристрої довелося замінити і, на жаль, понести додаткові незаплановані витрати.

Природно, що існуючу систему потрібно вдосконалювати. Малий і середній бізнес -

дуже важливий для економіки сегмент і повинен розвиватися, а не обмежуватися численними фінансовими зобов'язаннями.

Розроблений законопроект передбачає компромісне рішення. Пропонується розширити визначення «реєстратора розрахункових операцій» через можливість використання так званої програмної каси [3].

Нинішня мода на моделі касових апаратів сягають корінням в минуле століття і не дуже зручні для використання в інтернет-торгівлі, в програмно-технічних комплексах самообслуговування ("Айбокс"), таксі та інших. Програмна каса - альтернативне сучасне рішення, що складається з терміналу і фіскального сервера. Терміналом може служити смартфон, планшет, ноутбук, комп'ютер, який сьогодні вже є у кожного підприємця.

І ще один дуже важливий факт - впровадження програмних кас не вимагає бюджетних витрат, оскільки базується на застосовуваній зараз технології збору та передачі даних. Тепер своє слово щодо введення цієї прогресивної системи в Україні повинна сказати Верховна Рада України. Адже прийняття цього закону знизить рівень напруги серед підприємців, дозволить суб'єктам підприємницької діяльності знизити витрати на придбання реєстраційних розрахункових апаратів, створить передумови для демонополізації ринку реєстраторів розрахункових операцій, підвищить позиції України в рейтингу легкості ведення бізнесу Doing Business, що здійснюється експертами Світового банку.

Література

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо лібералізації готівкових розрахунків [Електронний ресурс] : Закону України від 19.02.2016 № 4117.-Режим доступу : Search.ligazakon.ua/1doc2.nsf/link1/GH36DOOA.html
2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи [Електронний ресурс] : Закон України від 28 грудня 2014 року № 71-VIII. –Режим доступу :Search.ligazakon.ua/1doc2.nsf/link1/GH36DOOA.htm
3. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг [Електронний ресурс] : Закон України від 06.07.1995 №265. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/265/95-вр>.

УДК 641.85:612.19

Собко А.Б., к. т. н. доцент
Близнюк А.М., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ЗДОРОВ'ЯЗБЕРЕЖУВАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИХОВНОМУ ПРОЦЕСІ ДОШКІЛЬНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Актуальність теми: проблемою XXI століття є формування у дітей дошкільного віку звички вести здоровий спосіб життя, що забезпечується правильно організованим, компетентним і цілеспрямованим соціально-виховним процесом із використанням здоров'язбережувальних технологій. Провідним завданням ДНЗ у вирішенні цього питання стає формування у дітей бажання і вміння берегти своє здоров'я протягом життя, цінити здоров'я оточуючих.

Мета дослідження: вивчення організації харчування дітей дошкільного віку.

Об'єкт дослідження: діти віком 4-7 років

Харчування є основним фактором в забезпеченні оптимального росту та розвитку організму, адаптації до впливу різних агентів довкілля, якості та тривалості життя. Здійснення всіх функцій їжі в організмі залежить від правильно організованого

харчування [1]. Здорове харчування можливе лише завдяки використанню здорових харчових продуктів. Здорові продукти повинні містити різні інгредієнти в достатній та збалансованій кількості. Значна частина сучасних харчових продуктів внаслідок рафінування, дистиляції, перекристалізації, консервування та інших технологічних процесів позбавлена багатьох біологічно активних речовин. Слід відмітити, що не лише технологічна переробка збіднює продукти харчування біологічно активними речовинами. Деякі рослинні культури в генетичному плані недосконалі, тому що містять мало біологічно активних речовин.

Сьогодні велика увага приділяється організації здоров'язбережувальної діяльності у навчально-виховному процесі дошкільного навчального закладу, що здійснюється відповідно до Закону України «Про дошкільну освіту» і спрямовується на реалізацію накреслених у ньому виховних завдань. Зміст навчально-виховного процесу у дошкільному навчальному закладі визначається Базовим компонентом дошкільної освіти і реалізується відповідно до рекомендованих Міністерством освіти і науки України програм розвитку, навчання, виховання дітей: «Діти України», «Дитина», «Українське довкілля», «Дитина в дошкільні роки», «Зернятко».

Зміст, принципи, функції, методи соціальних технологій вивчали такі науковці, як: Н. Басов, І. Грига, А. Капська, М. Лукашевич, І. Мигович, П. Павленок, В. Полтавець, Т. Семігіна, В. Сидоров, Л. Тюптя, С. Холостова та інші. Шляхом досліджень вони дійшли висновку, що соціальні технології складні та багатопланові.

Сучасний вихователь і соціальний педагог, які працюють у ДНЗ, мають володіти технологічним підходом щодо реалізації основних завдань соціального розвитку особистості дітей, зокрема й у сфері здоров'язбереження. Особлива роль у цьому процесі відводиться саме соціальному педагогу, оскільки основним завданням його діяльності є соціальне виховання, адаптація і соціалізація підростаючих поколінь. Правильно розроблена і використана здоров'язбережувальна технологія вже в дошкільному закладі може підвести дітей до думки, що людське здоров'я – це найвища цінність суспільства. Підготовка до ведення здорового способу життя починається з використання у виховному процесі ДНЗ здоров'язберігаючих технологій, які повинні стати головним напрямком у діяльності соціального педагога. Знання, володіння і застосування здоров'язберігаючих технологій є важливою складовою професійної компетентності сучасного фахівця з соціальної педагогіки.

Посилаючись на дослідження Д. Вікторова, зазначимо, що поняття «здоров'язбереження» є відносно новим у педагогічній науці, оскільки почало застосовуватися у науковому вжитку з 90-х років ХХ століття для відображення специфіки відношення вихованців та учнів до збереження здоров'я, що розвивається та виявляється через особливості організації навчально-виховного процесу за принципами: «берегти здоров'я» – «не перевантажувати» – «турбуватися про здоров'я» – «зміцнювати здоров'я» – «охороняти здоров'я» – «жити за законами валеології» – «досягти здоров'язбереження». Безпосередньо терміном оперують М. Безруких, С. Гримблат, В. Зайцев, С. Крамський, М. Колеснікова, Василенко О.М. 91 А. Севрук, у працях яких розкриваються сутнісні характеристики культури здоров'язбереження [5].

У науковій літературі репрезентовано багато тлумачень поняття «здоров'язберігаючі технології». Ми погоджуємося з думкою О. Московченко, що здоров'язбережувальні технології – це сукупність наукових знань, засобів, методів і прийомів, що дозволяють оцінити функціональні та психофізіологічні параметри здоров'я особистості, на основі оцінки параметрів здоров'я підібрати адекватне тренувальне навантаження, яке, у свою чергу, підвищить рівень працездатності і

соціальної активності організму, вирішити завдання спортивної підготовленості [4].

Поняття «здоров'язбережувальні технології» об'єднує в собі всі напрями діяльності дошкільного навчального закладу з формування, збереження та зміцнення здоров'я вихованців. Під здоров'язбережувальними технологіями вчені пропонують розуміти: сприятливі умови виховання дитини в ДНЗ (відсутність стресових ситуацій, адекватність вимог, методик навчання та виховання); оптимальну організацію виховного процесу (відповідно до вікових, статевих, індивідуальних особливостей та гігієнічних норм); повноцінний та раціонально організований руховий режим. Упровадження здоров'язбережувальних технологій пов'язано з використанням медичних (медико-гігієнічних, фізкультурно-оздоровчих, лікувально-оздоровчих), соціально-адаптованих, екологічних здоров'язбережувальних технологій і технологій забезпечення безпеки життєдіяльності [6].

Висновки. Здоров'язбереження дітей та підвищення ефективності навчання, виховання і розвитку дітей корелює з рівнем упровадження у навчально-виховний процес здоров'язбережувальних технологій, що висуває відповідні вимоги до рівня теоретичної та практичної підготовки вихователів і соціальних педагогів ДНЗ, рівня сформованості у соціальних педагогів ціннісних настанов щодо збереження власного здоров'я та здоров'я дітей, а також збагачення досвіду творчої здоров'язбережувальної соціально-педагогічної діяльності. Актуальність проблеми здоров'язбереження вихованців ДНЗ спонукає до налагодження чіткої системи підготовки майбутніх фахівців соціально-педагогічної сфери щодо застосування здоров'язбережувальних технологій у ДНЗ.

Література

1. Бойченко Т.Є. Основи здоров'я : підруч. для 9 кл. загальноосвіт. навч. закл. / Т.Є. Бойченко, І.П. Василяшко, Н.С. Коваль. – К. : Генеза, 2009. – 160 с.
2. Галагузова М.А. Категоріально-понятійні проблеми соціальної педагогіки / М.А. Галагузова // Понятійний апарат педагогіки і образования : сб. науч. тр. / отв. ред. М.А. Галагузова. – Екатеринбург : Изд-во „СВ-96”, 1998. – Вип. 3. – С. 351.
3. Енциклопедія для фахівців соціальної сфери / [за заг. ред. І.Д. Звереві]. – Київ ; Сімферополь : Універсум, 2013. – 536 с.
4. Московченко О.Н. Оптимізація фізических на грузок на основе індивідуальної діагностики адаптивного состояния у занимающихся физической культурой и спортом (с применением компьютерных технологий) : автореф. дис. докт. пед. наук / О.Н. Московченко. – М., 2008. – С. 12.
5. Омельченко С.О. Куратор академічної групи – домінуюча фігура у процесі формування здорового способу життя студентської молоді / С.О. Омельченко // Гуманізація навчально-виховного процесу : зб. наук. пр. – Вип. XXXIV. – Слов'янськ : Вид. центр СДПУ, 2007. – С. 40 – 45.
6. Рассказова О.І. Програма соціально-педагогічної підтримки сімей, що виховують дітей з проблемами здоров'я, як засіб розбудови інклюзивного суспільства / О.І. Рассказова // Наукові записки кафедр педагогіки : збірник наукових праць / За заг. ред. Л.С. Нечепоренко – Харків, 2012. – Випуск XXIX. – С. 126 – 138.

УДК 641.85:615.09

Собко А.Б., к. т. н. доцент
Теліженко Ю.В., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКО-КОНЦЕПЦІЙ У ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

Сучасний стан соціально-економічних процесів вимагає підвищення продовольчої

безпеки, і особливо, забезпечення населення високоякісними, екологічно безпечними продуктами харчування вітчизняного виробництва. Разом з тим, сільськогосподарські товаровиробники у своєму прагненні постійно нарощувати обсяги виробництва використовують інтенсивні технології землеробства на базі хімізації, що призводить до значної деградації ґрунтового покриву, порушення екологічної рівноваги агроєкосистем, забруднення радіонуклідами, важкими металами, пестицидами сільськогосподарської продукції тощо. Тому, обґрунтування основних напрямів нарощування обсягів виробництва органічної продукції в Україні є стратегічним завданням як для задоволення своїх потреб так і виходу на міжнародні продовольчі ринки [1, 2].

Протягом останніх 10 років Україна демонструє стійку позитивну динаміку росту площ сільськогосподарських угідь, на яких ведеться сертифіковане органічне виробництво і знаходиться на 22 місці у списку країн з найбільшими площами органічних сільгоспугідь. На сьогодні в Україні налічується понад 155 сертифікованих органічних господарств.

Мета дослідження: вивчення перспективи розвитку еко-концепцій у готельно-ресторанному бізнесі.

Удосконалення принципів, індикаційних критеріїв, інтеграційних процесів різнорівневого управління екологічною безпечністю є необхідність посилення ролі соціальної складової. Основними соціальними напрямками розвитку екологічної безпечності в Україні є формування нової культури споживання в широкому розумінні та її відтворення на рівні екологічно досконалого продукту, посилення природоохоронної діяльності як координуючого процесу в системі екологічних й антропогенних взаємодій, формування екологічної свідомості суспільства та самосвідомості громадян як основи нової, екологічної домінанти держави.

Що стосується спеціалізації господарств на виробництві органічного виробництва сільськогосподарської продукції, варто відзначити, що Україна посідає перше місце в східноєвропейському регіоні щодо площі органічної ріллі і спеціалізується в основному на виробництві зернових, зернобобових та олійних культур. Крім того, в нашій державі сертифіковано понад 300 тис. га дикоросів, сировина з яких відправляється на експорт. Органічне тваринництво в Україні майже не розвивається через низку проблем, найскладніші з яких – нерозвиненість внутрішнього ринку збуту та відсутність державної підтримки. Тому перехід на органічне виробництво у тваринництві в даний час є збитковим.

Більшість українських органічних господарств, розташовані на півдні України (Одеська та Херсонська області), на заході (Вінницька, Закарпатська, Львівська, Тернопільська та Хмельницька області), а також у Полтавській області.

За даними Федерації органічного руху України поточний внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні активно розвивається і у 2012 році становив 7,9 млн. євро.

Найбільшим попитом при цьому, як у Києві, так і в інших регіонах України, користуються органічне молоко і молочні продукти, м'ясо та м'ясні продукти, фрукти, овочі, соки, олії, крупи, борошно тощо.

В Україні вже існує категорія людей (до 8 % населення), особливо у великих містах, які виявляють стійку мотивацію до споживання органічних продуктів і готові платити більшу ціну за них. Ця група споживачів створює початкову нішу для ринку органічних продуктів в Україні.

Отже, в сучасних умовах Україна має усі потенційні можливості для розширення ринку органічної продукції, які необхідно використовувати та розвивати, змінюючи

підходи до застосовуваних агротехнологій вирощування і переробки сільськогосподарської та харчової продукції, удосконалення законодавства щодо органічного виробництва, усунення усіх бар'єрів виходу на ринки Західної Європи.

Література

1. Семенова В.Ф. Екологічний менеджмент/ В.Ф. Семенова, О.Л. Михайлюк. – К.: в-во «Знання», 2006. – 236 с.

2. Bohdanowicz P. Environmental Awareness initiatives in the Swedish and Polish hotel industries – survey results // International journal of hospitality management. - 2006. – №4/ - P.662-668

УДК 629.3

Тарандушка Л.А., к.т.н., доцент

Черкаський державний технологічний університет

Костьян Н.Л., к.т.н.

Східноєвропейський університет економіки і менеджмента

Тарандушка І.П., аспірант

Черкаський національний університет імені Б.Хмельницького

АВТОМАТИЗАЦІЯ ВИБОРУ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ДЛЯ ЯКІСНОГО ВИКОНАННЯ ПОСЛУГ НА СТАНЦІЇ ТЕХНІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

При математичному моделюванні процесів, для яких характерна багатокритеріальність класичні методи точного кількісного аналізу завдань виявляються недостатніми через слабку структурованість і невизначеність їх параметрів. Для вирішення вибору форми організації виробництва необхідно здійснити моделювання початкових даних і параметрів завдання на базі апарату інтервальної математики, теорії ймовірності та математичної статистики, а також фрактального аналізу.

Тобто при моделюванні початкових даних здійснюється структуризація експертної інформації про те, що є у розпорядженні автотранспортного підприємства (трудові, технічні ресурси).

В процесі визначення оптимальної форми організації виробництва для ремонтно-транспортних підприємств розглядалися чотири види робіт, що виконуються на підприємстві по технічному обслуговуванню і ремонту транспортних засобів:

- 1) діагностика стану автомобілів;
- 2) технічне обслуговування автомобілів;
- 3) поточний ремонт автомобілів;
- 4) переобладнання автомобілів.

Було проаналізовано чотири форми організації підприємств. Це b_1 – операційно-постова; b_2 – агрегатно-зональна; b_3 - комплексна форма; b_4 – агрегатно-дільнична. При чому форми організації b_1 , b_2 – використовуються для технічного діагностики стану автомобілів h_1 та обслуговування автомобілів h_2 , а b_3 , b_4 – для поточного ремонту автомобілів h_3 та переобладнання автомобілів h_4 .

Метою діяльності станції технічного обслуговування (СТО) є найбільш якісне задоволення потреб споживачів з урахуванням її можливостей. Таким чином, побудова стратегії організації роботи станції технічного обслуговування базується на векторних оцінках наступних трьох вимог:

- 1) оцінка запропонованих послуг СТО;

- 2) оцінка потреб споживачів;
- 3) оцінка існуючих форм організації СТО.

На базі кожної з цих векторних оцінок відповідно формується інтегральна оцінка показника привабливості запропонованих послуг (Р), показника їх споживчої якості (S) і якості виконаних робіт на підприємствах за відповідною формою організації (Q).

Вказане формування оцінок проводиться методом аналітичної ієрархії (Analytic Hierarchy Process – АНП) що набув в даний час широкого поширення [1]. Перевагою методу АНП є те, що він може застосовуватися в тих випадках, коли експерти не можуть дати абсолютні оцінки альтернатив по критеріям і користуються слабкішими порівняльними вимірюваннями. Фахівці відділу маркетингу, використовуючи шкалу відносної важливості, попарним порівнянням розставляють коефіцієнти важливості для кожного рівня ієрархії: «критерії – альтернативи». Далі обчислюються коефіцієнти важливості кожного рівня і підраховується показник якості кожної альтернативи. На верхньому рівні ієрархії здійснюється вибір форми організації виробництва для ремонтно-транспортного підприємства. На рис. 1 представлена блок-схема розробленого алгоритму, за яким здійснюється розрахунок коефіцієнтів важливості w_i показників кожного рівня ієрархії шляхом нормування елементів власного вектору ВВ матриці відносної важливості К для відповідних критеріїв.

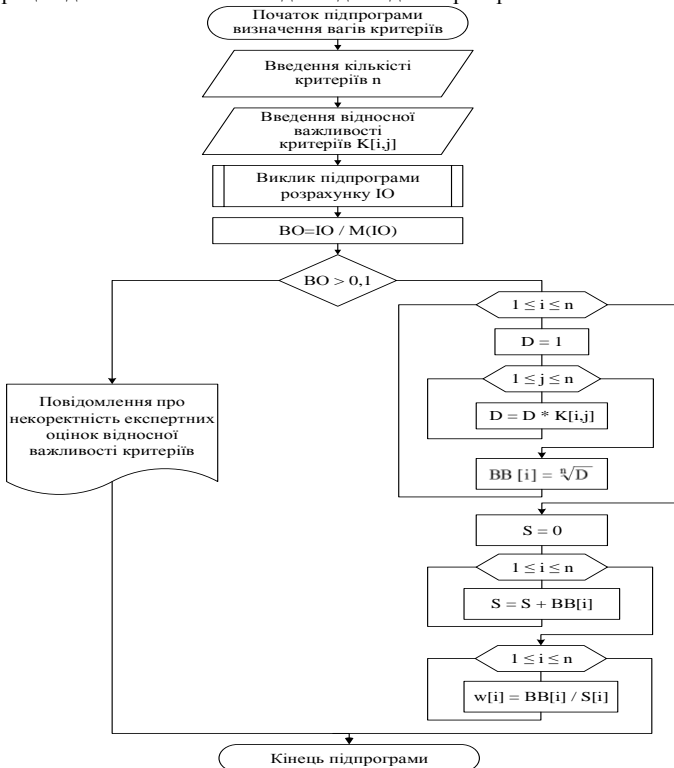


Рис. 1. Алгоритм обчислення показників важливості за методом АНП

Література

1. Саати, Т. Аналитическое планирование. Организация систем. / Т. Саати, К. Кернс. – М.: Радио и связь, 1991. – 224 с.
2. Каткова Т. И. Оценка важности показателей методом попарных сравнений при скаляризации векторного критерия / Т. И. Каткова // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2015. – № 2(4). – С. 62-68.

УДК 338.48

Височин В.В., ст. викладач

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Повноцінний розвиток туристичної галузі безпосередньо пов'язаний зі статистичними дослідженнями. На сьогодні статистика туризму охоплює досить велике коло питань.

Статистичні дослідження проводяться з метою виявлення, як туризм впливає на економіку країни, платіжний баланс та допомагає виявити основні напрями та тенденції розвитку туризму для планування його матеріально-технічної бази, проведення маркетингових досліджень та просування продукту до потенційних споживачів. [2]

Предметом статистики туризму є кількісна характеристика розвитку туризму в нерозривному зв'язку із якісною стороною. [3]

Сфера туристичних послуг знаходиться у тісному взаємозв'язку із такими ключовими секторами господарського комплексу як транспорт, зв'язок, будівництво, виробництво товарів масового споживання та багато інших, виступаючи каталізатором комплексного розвитку економіки країни.

На частку туризму в світовій економіці припадає близько 12% світового валового продукту, понад 30% обсягів послуг світової торгівлі, 11% світових споживчих витрат, 7% загального обсягу інвестицій та 5% податкових надходжень. У сфері туристичних послуг зайнятий кожен десятий працівник це понад 260 млн. осіб. Ці дані засвідчують те, що туристична галузь сьогодні стає лідером світової економіки.

Україна має всі перспективи для успішного розвитку туристичної галузі і заявити про себе як про повноцінного, перспективного партнера туристичної індустрії.

Однак, для забезпечення успішного розвитку туристичної галузі в Україні, поряд з багатьма проблемами, існує одна з головних – забезпечення достовірною інформацією про структуру галузі та її основні показники.

Для прийняття менеджером чи іншою особою ефективного управлінського рішення найголовнішим є своєчасна, повна, достовірна інформація. Що стосується туризму то діюча сьогодні в Україні статистична звітність цього не забезпечує.

Офіційна інформація про туризм формується Державною службою статистики України на підставі таких звітів:

- форма державного статистичного спостереження №1-туризм (річна) «Звіт про туристичну діяльність»;
- форма державного статистичного спостереження №1-послуги «Звіт про обсяги реалізованих послуг» (річна);
- звіт санаторно-курортного (оздоровчого) закладу (річна);
- звіт дитячого оздоровчого закладу (табору) за літо (форма №1-ОТ);
- звіт про діяльність колективного засобу розмішування (річна). [4]

З 11.11.2015 року збір статистичної звітності «Звіт про туристичну діяльність» №1-

туризм (річна) розпочало Управління туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. [1]Збір інформації здійснюється тільки з туроператорів, оскільки це є вимогою змінених ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності. По своєму змісту звіт є зведеною формою державного статистичного спостереження №1-туризм (річна) «Звіт про туристичну діяльність» та форми державного статистичного спостереження №1-послуги «Звіт про обсяги реалізованих послуг» (річна).

Аналіз показників форм звітності показує, що вони не дають можливості сформувати належну, всеохоплюючу, достовірну інформацію про туристичну діяльність.

В зв'язку зі зміною умов ліцензування суб'єктів туристичної діяльності (відміна агентської ліцензії) більшість фізичних осіб підприємців що здійснюють туристичну діяльність не звітують до органів статистики. Це в свою чергу впливає на показники звітності, які не можуть дати реальної картини розвитку галузі.

Тому сучасний стан обліково-аналітичного забезпечення туристичної галузі потребує серйозних доопрацювань:

- потрібно вдосконалити систему збору статистичної інформації від суб'єктів туристичної діяльності;
- сформувати єдину інформаційну базу;
- створення банку даних об'єктів туристичної інфраструктури;
- узгодженість між всіма рівнями органів державної влади щодо питань туристичної галузі.

Але основою впорядкування є законодавчі зміни провадження туристичної діяльності.

Література

1. Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 № 991 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.me.gov.ua/>
2. Милашко О.Г. Статистика туризму: Навчальний посібник. – Одеса: ОДЕУ, ротапринт, 2010. – 168 с.
3. Охріменко О.О. Страховий захист: менеджмент, маркетинг, економіка безпеки (туристське підприємство). – К.: Міжнародна агенція «VecZone», 2005. – 414с.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Цибух В. Державне регулювання у сфері туризму в Україні //Статистика України.- 2005.- №1. - С. 80–85.

УДК 681.3.06

Козловська С.Г., ст. викладач

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ОСОБЛИВОСТІ КРИПТОГРАФІЧНОГО ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ

Витік комерційної інформації призводить до небажаних наслідків. Збитки від діяльності конкурентів, що використовують методи шпигунства є дуже великими.

Якщо у комерційній організації відбувається витік більше 20% важливої внутрішньої інформації, то вона в 60 випадках зі 100 банкрутує. Стверджують також, що 93% компаній, що залишилися без доступу до власної інформації на термін більше 10 днів, покинули бізнес, причому половина з них заявила про свою неспроможність негайно.

Таким чином, задачі безпеки будь-яких видів доводиться вирішувати щораз при розгляді всіляких аспектів людської діяльності. Але, як бачимо, всі види безпеки тісно пов'язані з інформаційною безпекою (ІБ) і, більш того, їх неможливо забезпечити без забезпечення ІБ.

Інформація – це відомості про осіб, факти, предмети, події, явища і процеси, незалежно від форми їх уявлення.

Захист інформації – комплекс заходів, проведених із метою запобігання (зниження до безпечного рівня) можливостей витікання, розкрадання, втрати, поширення, знищення, перекручування, підробки або блокування інформації. [25]

До видів дій над інформацією можна віднести:

1. Блокування інформації (користувач не може дістати доступ до інформації; за відсутності доступу сама інформація не втрачається).

2. Порушення цілісності (втрата, вихід з ладу носія; спотворення, тобто порушення смислової значущості; порушення логічної зв'язаності; втрата достовірності (наявна інформація не відповідає реальному стану)).

3. Порушення конфіденційності (з інформацією ознайомлюються суб'єкти, для яких це заборонено робити). Рівень допуску до інформації визначає її власник. Порушення конфіденційності може відбутися із-за неправильної роботи системи обмеження доступу або наявності побічного каналу доступу.

4. Несанкціоноване тиражування (під захистом розуміється захист авторських прав і прав власності на інформацію).

Одним з напрямків захисту інформації в інформаційних системах є технічний захист інформації (ТЗІ). У свою чергу, питання ТЗІ розбиваються на два великих класи завдань: захист інформації від несанкціонованого доступу (НСД) і захист інформації від витіку технічними каналами. Під НСД мається на увазі доступ до інформації, що порушує встановлену в інформаційній системі політику розмежування доступу. Під технічними каналами розуміються канали сторонніх електромагнітних випромінювань і наведень, акустичні канали, оптичні канали й ін.

Провідна роль у забезпеченні інформаційної безпеки в інформаційно-телекомунікаційних системах відводиться криптографії, одними із головних задач якої є: забезпечення конфіденційності, цілісності та автентичності даних, що передаються [1].

Криптографія – наука про математичні методи забезпечення конфіденційності (неможливості прочитання інформації сторонніми) і автентичності (цілісності і справжності автора) інформації [2]. На сьогодні криптографія, як галузь знань, та криптографічний захист інформації, як окрема галузь діяльності, стосується: питань шифрувальної справи, новітніх технологій електронної торгівлі, систем автоматизованого управління, звітування та контролю тощо.

Криптографічний захист інформації – вид захисту інформації, що реалізується за допомогою перетворень інформації з використанням спеціальних даних (ключових даних) з метою приховування (або відновлення) змісту інформації, підтвердження її справжності, цілісності, авторства тощо.

Формування високопродуктивних методів шифрування (розшифрування) з високою криптографічною стійкістю є важливою складовою у вирішенні питання інформаційної безпеки

Методи криптографічного захисту інформації – це системи шифрування інформації, алгоритми захисту від нав'язування фальшивої інформації (MAC-коди та алгоритми електронного цифрового підпису) та криптографічні протоколи розподілу ключів, автентифікації та підтвердження факту прийому(передачі) інформації [3].

Інформація, що може бути прочитана, осмислена і зрозуміла без яких-небудь спеціальних заходів, називається відкритим текстом. Метод перекичування відкритого тексту таким чином, щоб сховати його суть, називається шифруванням. Шифрування дозволяє сховати інформацію від тих, для кого вона не призначається, незважаючи на те, що вони можуть бачити сам шифртекст. Протилежний процес по звертанню шифртекста в його вихідний вид називається розшифруванням.

Криптографія може бути стійкою, а може бути і слабкою. Криптографічна стійкість виміряється тим, скільки знадобиться часу і ресурсів, щоб із шифртекста відновити вихідний відкритий текст. Результатом стійкої криптографії є шифртекст, що винятково складно зламати без володіння визначеними інструментами по дешифруванню.

Криптографічний алгоритм, або шифр, – це математична формула, що описує процеси шифрування і розшифрування. Щоб зашифрувати відкритий текст, криптоалгоритм працює в сполученні з ключем - словом, числом або фразою. Те саме повідомлення одним алгоритмом, але різними ключами буде перетворюватися в різний шифртекст. Захищеність шифртекста цілком залежить від двох речей: стійкості криптоалгоритму і таємності ключа. Криптоалгоритм плюс усілякі ключі і протоколи, що приводять їх у дію, складають криптосистему. У традиційній криптографії, також названої шифруванням таємним, або симетричним, той самий ключ використовується як для шифрування, так і для розшифрування даних.

Симетричне шифрування має ряд переваг. Перше – швидкість криптографічних операцій. Воно особливо корисно для шифрування даних, що залишаються у вас. Однак, симетричне шифрування, використане саме по собі як засіб захисту цінних даних, що пересилаються, може виявитися досить витратним просто через складність передачі таємного ключа. Для встановлення криптографічного зв'язку за допомогою симетричного алгоритму, відправникові й одержувачеві потрібно попередньо погодити ключ і тримати його в таємниці. Якщо вони знаходяться в географічно віддалених місцях, то повинні вдатися до допомоги довіреного посередника, наприклад, надійного кур'єра, щоб уникнути компрометації ключа в ході транспортування. Зловмисник, що перехопив ключ на шляху, зможе пізніше читати, змінювати і підробляти будь-яку інформацію, зашифровану або завірену цим ключем. Глобальна проблема симетричних шифрів складається в складності керування ключами: як ви доставите ключ одержувачеві без ризику, що його перехоплять?

Будь хто, знаючи секретний ключ, може розшифрувати інформацію. Тоді як в асиметричному шифруванні є два пов'язаних ключі – пара ключів. Відкритий ключ – публічний, до нього повинні мати доступ всі ті, хто матиме потребу зашифрувати інформацію. Тоді як закритий ключ – приватний ключ, повинен бути доступним лише тому хто має право розшифрувати інформацію, за своїм розміром він значно більший від секретного ключа симетричного шифрування.

Звичайно, є переваги і недоліки симетричного і асиметричного шифрування. Зсунути основні недоліки, властиві як симетричним, так і асиметричним методам криптографічного захисту інформації, дозволяє їх комбіноване використання.

Отже, у сучасних умовах захист інформації стає все більш актуальною і одночасно все більш складною проблемою, адже несанкціоноване спотворення, копіювання, знищення інформації в даний час зачіпає не тільки процеси, що відносяться до сфери державного управління, але і інтереси фізичних осіб. Як наслідок, зростає відповідальність за ухвалення точних і відповідальних рішень в ситуаціях, коли навіть окремі помилки здатні привести до тяжких наслідків у сфері економіки, фінансів, екології.

Література

1. Бевз О.М. Шифрування даних на основі високонелінійних булевих функцій та кодів з максимальною відстанню : монографія \ О.М. Бевз, Р.Н. Кветний – Вінниця:ВНТУ, 2010. – 96 с.
2. Криптографія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Криптографія>
3. Иванов М.А. Криптографические методы защиты информации в компьютерных системах и сетях. / Иванов М.А. – М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2001. – 368 с.

УДК 351

Смаглій В.А., *ст. викладач*

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ПРАВОВІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ РЕЖИМУ ДОСТУПУ ДО КОНФІДЕНЦІЙНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ

За умов економічної конкуренції між суб'єктами господарського права практично в кожному трудовому договорі є положення про нерозголошення працівником комерційної або конфіденційної інформації. Однак, вступаючи в трудові відносини та фіксуючи відповідні зобов'язання, сторони, як правило, не достатньо уваги приділяють забезпеченню режиму захисту використання такої інформації. Внаслідок чого положення договору мають декларативний характер, а реальних засобів притягнення винних до відповідальності немає, оскільки складно сформувати належну доказову базу.

Режим доступу до інформації – це передбачений як правовими нормами, так і локальними актами підприємства, порядок одержання, використання, поширення і забезпечення захисту відповідної інформації.

Конфіденційна інформація – це інформація, доступ до якої обмежений фізичною або юридичною особою, крім суб'єктів владних повноважень, та яка може поширюватись у визначеному ними порядку, за їхнім бажанням відповідно до передбачених ними умов (ч. 1 ст. 7 Закону України «Про доступ до публічної інформації»).

Одним із видів конфіденційної інформації можна вважати *комерційну таємницю*, тобто інформацію, яка є секретною в тому розумінні, що вона в цілому чи частково не є легкодоступною у зв'язку з цим має комерційну цінність та є предметом щодо забезпечення її секретності.

Комерційною таємницею можуть бути відомості технічного, організаційного, економічного, комерційного, виробничого та іншого характеру, за винятком тих, які відповідно до законодавства не можуть бути зараховані до комерційної таємниці (ст. ст. 505-508 Цивільного кодексу України).

Відповідно до Постанови КМУ «Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці» № 611 від 09.08.1993 року не можуть бути комерційною таємницею:

- установчі документи – документи, що дозволяють провадити підприємницьку діяльність та її окремі види;
- інформація за всіма встановленими формами державної звітності;
- відомості про чисельність і склад працівників, їхню заробітну плату в цілому та за професіями й посадами, а також наявність вільних робочих місць;
- документи про сплату податків та обов'язкових платежів;

- інформація про забруднення довкілля, недотримання безпечних умов праці, реалізацію продукції, що завдає шкоди здоров'ю, а також інші порушення законодавства України та розміри заподіяних при цьому збитків;

- документи про платоспроможність підприємств;

- відомості про участь посадових осіб підприємства в кооперативах, господарських товариствах, спілках, об'єднаннях та інших організаціях, які займаються підприємницькою діяльністю;

- відомості, що відповідно до чинного законодавства підлягають оголошенню.

Для безпосереднього визначення переліку відомостей, що становлять комерційну таємницю та конфіденційну інформацію, на підприємстві має бути створена спеціальна комісія, яка займається відповідною систематизацією, групуванням і уточненням інформації. Доцільно, щоб до складу цієї комісії входили найбільш кваліфіковані та компетентні фахівці, які ознайомлені як і з діяльністю підприємства в цілому, так і з роботою його окремих структурних підрозділів.

Як свідчить практика, всі види інформації, що можуть вважатися комерційною таємницею, умовно можна поділити на дві основні групи: технічна інформація та комерційна інформація. При цьому конфіденційна інформація може бути як винесена в окремий перелік, так і входить в склад комерційної таємниці.

До *технічної інформації* можуть належати незапатентовані науково-технічні розробки, база даних та інші комп'ютерні програми, створені підприємством, усі види ноу-хау, технічні проекти, промислові зразки тощо.

До *комерційної інформації* можуть бути зараховані наприклад, умови контрактів (договорів), дані про постачальників і покупців та інших партнерів по бізнесу, інформація про переговори, маркетингові дослідження, розміри знижок тощо.

Крім того, важливим елементом захисту конфіденційної інформації та комерційної таємниці є встановлення порядку роботи з матеріальними носіями такої інформації. Тому, обираючи відповідні форми обліку конфіденційної інформації, слід врахувати, що:

- знаки (грифи) на документах не повинні збігатися з грифами, що використовуються у сфері захисту державних таємниць;

- знаки (грифи) на документах повинні бути зрозумілі лише працівникам відповідного підприємства та не привертати до себе увагу сторонніх осіб;

- кількість грифів має бути чітко визначеною регламентними документами товариства або підприємства;

- роботу працівників доцільно організувати за принципом «чистих столів».

Суть його полягає в тому, що працівник за своєї відсутності не повинен залишати жодного документа на своєму робочому місці.

Всі без винятку працівники повинні бути ознайомлені з переліком відомостей, що становлять конфіденційну інформацію та комерційну таємницю товариства у частині, що стосується їхнього безпосереднього кола обов'язків, або в цілому, керуватися ним у своїй роботі та приводити у відповідність спеціальні позначки на документах.

Виконавець та керівник підприємства, перш ніж завізувати чи (або) підписати будь-який документ, оцінюють його на наявність інформації, що є комерційною таємницею або конфіденційною інформацією.

За наявності таких відомостей на першому титульному аркуші в правому верхньому куті потрібно поставити відповідну позначку.

Зняття з інформації статусу комерційної таємниці або конфіденційної інформації здійснюється після спливу контрольного терміну або внаслідок настання певних обставин. Це рішення ухвалює той самий орган управління або уповноважені особи, що

затвердили перелік відомостей, яка становить конфіденційну інформацію та комерційну таємницю.

Перед тим як взяти з працівників підписку про нерозголошення відомостей, що становлять комерційну таємницю та конфіденційну інформацію, керівні особи здійснюють певні процедури:

- видати наказ по підприємству про встановлення комерційної таємниці та конфіденційної інформації, а також затвердити перелік відомостей, що становить комерційну таємницю та в разі потреби конфіденційну інформацію;
- затвердити форму зобов'язання про нерозголошення інформації, що становить комерційну таємницю та конфіденційну інформацію;
- розробити та укласти з окремими категоріями працівників договори про конфіденційність наданої інформації.

Загалом для створення належних правових основ захисту конфіденційної інформації та комерційної таємниці на підприємстві необхідно попередньо зробити наступне:

1. Розробити перелік відомостей, що складають комерційну таємницю та перелік відомостей, що складають конфіденційну інформацію.
2. Розробити положення про інформаційну політику та договори про конфіденційність наданої інформації.
3. При укладенні трудових договорів із працівниками товариства доцільно зафіксувати в них умову щодо обов'язку працівника зберігати комерційну таємницю та конфіденційну інформацію.
4. При прийому на роботу працівників, трудові обов'язки яких будуть пов'язані з використанням конфіденційної інформації та комерційної таємниці, розробити та підписувати Зобов'язання про нерозголошення комерційної таємниці та конфіденційної інформації.

Варто зауважити, що лише у разі неухильного виконання як із боку юридичної особи, так із боку працівників всіх вищезазначених умов, буде створене достатнє правове підґрунтя для забезпечення можливості ефективного захисту інтересів власника бізнесу від шкоди, що може бути завдана внаслідок розголошення відповідної інформації іншим особам. У разі порушення локальних процедурних питань всі зусилля, направлені на запобігання витоку інформації будуть марними, а винні особи без особливих зусиль уникнуть відповідальності.

Література

1. Цивільний кодекс України: Кодекс України від 16.01.2003р. з наступними змінами та доповненнями.
2. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011р. з наступними змінами та доповненнями.
3. Про захист персональних даних: Закон України 01.06.2010р. з наступними змінами та доповненнями.
4. Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці : Постанова КМУ від 09.08.1993 №611.

УДК 338.48

Тетеря Л.М., старший викладач

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туристична сфера і у XXI ст. в розвинутих країнах світу залишається важливим

засобом розвитку економіки і рекреаційної сфери в цілому. Темпи зростання світового ринку туристичних послуг 2014 році перевищили темпи зростання світової економіки. Прогнози показують, що і в подальшому сфера туризму буде визначатися стійкістю попиту на туристичний продукт.

На туризм припадає близько 12 % загальносвітового валового продукту та 7 % світових інвестицій. Безпосередньо у сфері туристичних послуг зайнято понад 260 млн осіб, що становить 10 % працюючих. У світовій системі господарства туризм сьогодні посідає провідні позиції. Більш ніж у 40 державах туризм є головним джерелом наповнення бюджету, а ще у 70 – однією з трьох основних статей. Туристична сфера формує понад 8 % сукупного ВВП країн ЄС і забезпечує близько 11 % від їхнього щорічного економічного зростання. Кількість робочих місць у туристичній індустрії європейських країн становить близько 12 % від загальної чисельності зайнятих [1].

Україна як частина ринку світового туризму на сучасному етапі посідає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами. Так, курортні та рекреаційні території нашої країни становлять близько 9,1 млн га (близько 15 % від усієї території). На державному обліку перебуває понад 130 тис пам'яток, з яких 57206 – пам'ятки археології, 51364 – пам'ятки історії, 5926 – пам'ятки монументального мистецтва, 16293 – пам'ятки архітектури та містобудування.

Однак, сьогодні Україна наразі використовує менш ніж третину від наявного туристичного та рекреаційного потенціалу. Причина цього перш за все полягає в тому, що до останнього часу розвиток туризму розглядався в Україні як другорядний, а дії влади щодо його організаційно-економічної підтримки були безсистемними. Так схвалена у 2013 р. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 р. була визнана такою, що втратила чинність через оптимізацію державних цільових програм і національних проектів та економію бюджетних коштів.

Процес відповідальності щодо управління у туристичній сфері переходить до кризового стану. Так, якщо на загальнодержавному рівні функціонує Міністерство культури України, то на регіональному рівні у складі обласних державних адміністрацій управління культури та туризму які створені на базі управлінь культури, займаються переважно фінансуванням роботи бібліотек, музеїв та театрів, привертаючи недостатню увагу власне туризму та рекреації. У частині обласних державних адміністрацій проблематикою туризму взагалі займаються різні підрозділи (наприклад, за стратегію розвитку туризму може відповідати одне управління, за готелі – друге, за якість послуг і безпеку туристів – третє), що перешкоджає злагодженості роботи [2].

Внаслідок складної економічної ситуації, викликаній проведенням АТО, об'єм виїзного ринку туристичних послуг в Україні в 2014 р. скоротився на 30-50 %, а кількість іноземних туристів внаслідок загальної нестабільності ситуації в країні суттєво зменшилась на 30-60 % у залежності від регіону.

Так за інформацією, наданою Адміністрацією Державної прикордонної служби України, протягом I кварталу 2015 року Україну відвідало понад 2,9 млн. іноземних туристів. У порівнянні з аналогічним періодом 2014 року кількість туристів зменшилась на 0,5 млн. осіб. Найбільші потоки туристів до України у вказаному періоді спостерігається з сусідніх країн, серед яких: Молдова – 1,1 млн. осіб, Білорусь – 0,4 млн. осіб, Польща – 0,3 млн. осіб та Угорщина – 0,2 млн. осіб.

Найбільша частка туристів - 92% подорожують з метою відпочинку, 6,2% - подорожують з метою роботи або навчання, 1,2% осіб мають лікувальну мету, на спортивний та спеціалізований туризм припадає менше 0,2 % туристів, інша мета

поїздки складає 0,4%

Проведення АТО на території Донецької та Луганської областей, тимчасова окупація АР Крим та м. Севастополь, зараз не тільки унеможливило розвиток туристичної сфери на зазначених територіях, але й негативно впливає на перспективи туризму і в перш за все в'їзного в різних регіонах України.

Проблемою розвитку як внутрішнього так і в'їзного туризму стає обмежена платоспроможність населення в Україні. У повідомленні Держстатуніональні доходи громадян України за 2015 рік порівняно з 2014 роком зросли на 15%. Згідно із даними, наявний дохід, який може бути використаний населенням на придбання товарів та послуг, збільшився на 15,6%, а реальний наявний, визначений з урахуванням цінового фактору, зменшився на 22,2%..

Витрати населення у 2015 році порівняно з попереднім роком збільшилися на 16,9%. Реальна заробітна плата в Україні в лютому 2016 року порівняно з лютим 2015 року скоротилася на 8,3%[3].

Залишається проблемою і нераціональне використання історико-культурної спадщини і довкілля внаслідок нестачі коштів на місцевому рівні, недостатньої екологічно орієнтованої культури туристів і місцевого населення, забруднення довкілля, недостатня охорона історико-культурних пам'яток, внаслідок складної процедури їх включення до Державного реєстру національного культурного надбання, до якого на цей час внесено тільки 10 % від їх загальної чисельності.

Ще однією проблемою розвитку туристичної сфери є несприятливе середовище для бізнесу. Туристичні пропозиції обмежені і не дозволяють повною мірою розкрити потенціал країни, це зумовлено тим, що не кожен може собі дозволити запровадження інноваційних підходів та новітніх технологій. І потребують підтримки з боку держави чи інвестицій.

Всі визначені проблеми ускладнюють розвиток сфери туризму в Україні.

Отже, зовнішні та внутрішні фактори можуть бути базою, на основі якої розроблятимуться пропозиції і щодо виходу галузі з кризового становища.

Можна вважати, що найближчими перспективами розвитку сфери туризму є:

- прогнозоване зростання економічної активності, і, як наслідок, попиту на ділові подорожі, медичний та курортний туризм;
- туристичні дестинації регіонів України активно будуть підвищувати імідж регіону;
- формування нових брендів у туризмі;
- стабілізація темпів розвитку економіки України;
- розвиток нових форм і методів управління на державному та регіональному рівнях[4].

Прискоренню розвитку туризму в Україні забезпечить:

- розробка нових туристичних маршрутів з урахуванням усіх аспектів для комфортного та цікавого відпочинку;
- випуск рекламно-інформаційної продукції, яка розповість про можливості відпочинку в Україні;
- відкриття центрів спортивного туризму на базі інфраструктур різних видів туризму;
- модернізація та розширення туристично-рекреаційних зон;
- використання нових видів туризму.

Література

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). – [Електронний ресурс]. // Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru>
2. Бондаренко О.О. Державне регулювання туризму на регіональному рівні / Збірник

наукових праць «Право та державне управління» : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/bondarenko2.htm.

3. Наскільки зменшились реальні доходи українців). – [Електронний ресурс]. // Режим доступу http://do.ubs.edu.ua/_layouts/15/UBS.Repository/Index.aspx

4. Михайліченко Г.І Напрями стабілізації попиту на туристичний продукт – [Електронний ресурс]. // Режим доступу <http://knteu.kiev.ua/file/МТс/>

УДК 378.147

Г.Г.Матвєєва, С.Д.Дерікова, Г.П.Буряк

Брацлавський агроекономічний коледж ВНАКУ

ПЕДАГОГІЧНА АТМОСФЕРА ПРИ ВИКОРИСТАННІ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ПРЕЗЕНТАЦІЙ ПІД ЧАС ВИКЛАДАННЯ СПЕЦІАЛЬНИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН

*«Якщо вчитель поєднує в собі любов
до справи і до учнів,
він - досконалий вчитель»*

Л.М. Толстой

Педагогічна атмосфера має принципове значення для використання новітніх інформаційних технологій під час викладання спеціальних навчальних дисциплін. Загальновідомо, що педагог реалізує два основних соціальних завдання - навчання і виховання. Викладач - це основна фігура педагогічного процесу. Від того, наскільки він володіє навчальним матеріалом, залежить якість його пояснення, його змістовність, логічна стійкість, насиченість деталями та фактами.

Ерудований викладач знає нові наукові ідеї і вмє доступно донести їх до студентів. Викладач, який вільно володіє практичною стороною знань, позитивно впливає на формування умінь та навиків. Інформаційний зміст виступу викладача під час викладання спеціальних дисциплін «Облік і звітність у бюджетних установах», «Бюджетна система», «Казначейська справа», будується таким чином, щоб максимально активізувати думку і увагу студентів.

Дєвими кроками у цьому напрямі в Брацлавському агроекономічному коледжі є створення мультимедійних курсів лекцій, електронних посібників, в яких систематизується інформація про останні новини на законодавчому рівні ВРУ, КМУ, НБУ.

У наш час, головною ознакою якого є інтеграція України в європейські економічні процеси та розширення її дипломатичних стосунків з іншими країнами світу, для спеціалістів будь - якої галузі виробництва, в тому числі аграрного сектору економіки, актуальним залишається якість підготовки майбутніх фахівців.

Постійне збільшення обсягу інформації потребує розробки нових технологій навчання, які б дозволяли у значній мірі стиснути лекційний матеріал під час викладання таких спеціальних дисциплін, як «Облік і звітність у бюджетних установах», «Бюджетна система», «Казначейська справа».

Розвиток сучасної науки, практики, і, особливо, обліку та економіки, спричинив лавиноподібне збільшення кількості складної для сприйняття інформації. Викладання цих знань для сучасного покоління студентів потребує нових форм подання навчального матеріалу. Однією з таких форм є мультимедійна презентація.

Використання мультимедійних презентацій на заняттях таких спеціальних дисциплін, як «Облік і звітність у бюджетних установах», «Бюджетна система», «Казначейська справа» забезпечує наочність подання навчального матеріалу, що сприяє його кращому охопленню та запам'ятовуванню.

Навчальний матеріал підкріплюється зоровими образами, сприймається органами чуття людини, а це забезпечує підвищення ефективності сприйняття інформації. Отже, нова інформація міцно закріплюється на інтуїтивному рівні.

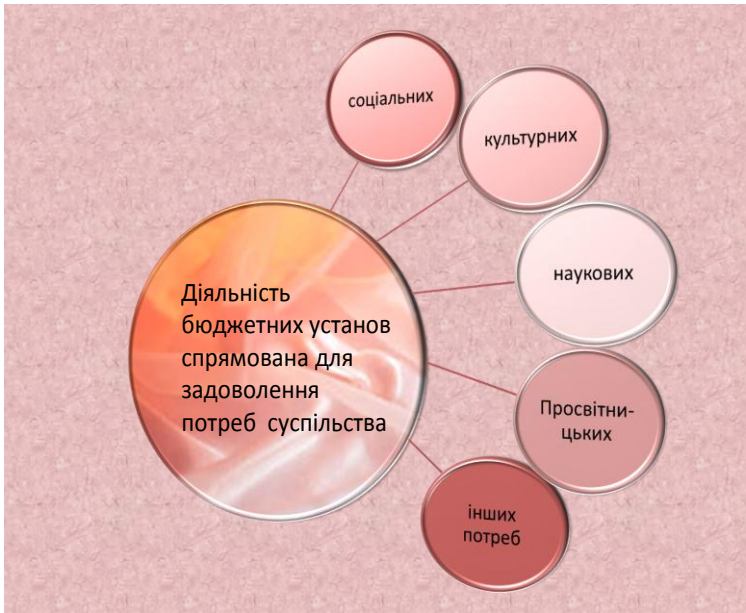
Однією з переваг мультимедійних презентацій є швидкість та зручність відтворення графіків, рисунків, фотографій. Презентації дають можливість структурувати заняття. На слайдах наводяться усі ключові слова, визначення та нові терміни. Це полегшує їх сприйняття та засвоєння студентами.

Під час мультимедійних лекцій створюються умови для швидкого і якісного контролю рівня сприйняття студентами навчального матеріалу. На останньому слайді наводяться невеликі тестові завдання, а це змушує студентів уважніше слухати лекцію. Крім того, студенти можуть отримати для користування електронний варіант лекційного матеріалу.

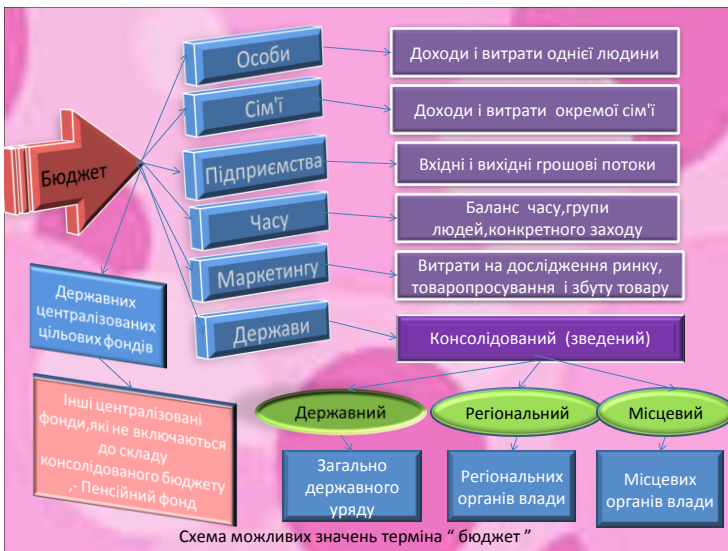
Створення мультимедійних презентацій будується відповідно до робочої програми навчальної дисципліни. Згідно робочої програми навчальна дисципліна «Облік і звітність у бюджетних установах» складається з чотирьох модулів. Зокрема, модуль №1 включає в себе дві теми.

Тема №1 «Теоретичні основи бухгалтерського обліку у бюджетних установах». До теми згідно робочої програми розроблено мультимедійну презентацію. Розглянемо окремі фрагменти, які використовуються при поясненні нового матеріалу:





Під час створення вищенаведених слайдів ми застосували зрозумілі шрифти, при цьому розмір шрифту має бути достатньо великим, таким, щоб текст можна було прочитати без напруги. Визначення та основні моменти повинні бути виділені жирним шрифтом або кольором.



Потрібно враховувати також, що на великому екрані і текст, і рисунки будуть виглядати не зовсім так, як на моніторі комп'ютера. Глядачі в аудиторії будуть на значно більшій відстані від екрану, тому обов'язково потрібно адаптувати розміри шрифту під розмір аудиторії.

На нашу думку важливим є вибір кольорів, вони мають бути контрастними – наприклад, на світлому фоні – темний шрифт, який сприймається краще. Щодо переважання слайдів текстом чи рисунками : ми вважаємо і практика це довела, що слайди переважені текстом, взагалі сприймаються погано. Не бажано у презентаціях наводити велику кількість таблиць, графіків, потрібно використовувати різне оформлення слайдів для ілюстрації та запам'ятовування. Доцільним є використання анімації, вона має бути логічною та добре обгрунтованою.

Презентація має доповнювати інформацію викладача, тому повинна існувати синхронність слайдів з текстом лекцій. Студенти мають для користування електронний варіант і це дозволяє їм під час лекцій не зарисовувати складні схеми, а вдома повернутися до них і відтворити їх поступово, з використанням анімації. Такий порядок сприяє кращому запам'ятовуванню матеріалу, розвиває логічне мислення. При створенні мультимедійних посібників найдоцільнішим є використання програми «Microsoft PowerPoint» яка є універсальною програмою і може без сторонніх зусиль бути розглянутою практично на будь-якому комп'ютері.

Література

1. Зимина О.В. Печатные и электронные учебные издания в современном высшем образовании: Теория, методика практика. - М.: Изд-во МЭИ, 2003.
2. Субботин М.М. Новая информационная технология: Создание и обработка гипертекстов. -М., 1992.
3. Волкова Н.П. Педагогічні комунікації. -ДНУ, 2005.
4. Зязюн І.А. Педагогічна майстерність. -Вища школа, 2004.
5. Олексенко В.М. Реалізація інноваційних педагогічних технологій у підготовці фахівців у вищих навчальних закладах: теорія і практика: Монографія. - Харків: КП Друкарня №13, 2007. -280с.

УДК 339.9

Мамалига О.О., аспірант

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНСТРУМЕНТАРІО ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В МІЖНАРОДНІЙ ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

В сучасних умовах господарювання перед підприємствами дедалі більше постає необхідність застосування інструментарію економічної дипломатії. Якщо ще десять років тому не так легко було на ринку знайти якісний товар, який відповідав би міжнародним стандартам якості і при тому мав би прийнятну ціну, то сьогодні конкуренція в цьому контексті є досить вагомою, що і спонукає керівників підприємств вдаватися до сучасних засобів товаропросування, серед яких вагоме місце займає економічна дипломатія. Від ефективності застосування інструментарію економічної дипломатії залежить позиціонування і успішність підприємств на зовнішніх ринках.

Інструментарій економічної дипломатії в міжнародній підприємницькій діяльності на сьогодні є малодослідженим. Переважна більшість наукових праць присвячена загальному дослідженню інструментів офіційної дипломатії, тобто тієї, що здійснюється органами влади. Джерельною базою дослідження слугували праці провідних світових науковців, серед яких Бергейкван П., Джонсоном Е., Ландхорном

Р., Мостенська Т.Л., Мунс С., Пухальська Я.П., Фліссак К. А. та інші.

За весь період існування міжнародних економічних зв'язків на рівні не тільки країн, а й підприємств, економічна дипломатія відіграла одну з ключових ролей в відносинах між економічними партнерами. Комерційні зв'язки не можливо було б закріпити без закріплення прав та обов'язків сторін даного процесу.

Про дипломатичні інструменти було відомо з праць Нікколо Макіавеллі (1513), який завжди намагався і теоретично доводив, що його дипломатичний інструментарій повинен бути завжди гнучким і прагматичним. Ідеї та правила дипломатичного інструментарію Нікколо Макіавеллі стали звичним елементом сучасності, і часто – ті хто їх використовує і не здогадується хто був їх справжнім автором [1].

Інструментарієм економічної дипломатії в міжнародній підприємницькій діяльності є методи, в структуру яких входять: засоби, способи і прийоми (рис. 1).

Методи (інструменти) управління – це способи здійснення функцій управління, що забезпечують досягнення поставлених цілей. За допомогою методів управління керуюча система впливає на керовану (структурних підрозділів управління, виконавців). Значення методів управління визначає їхню спрямованість на досягнення цілей у більш стислі терміни за умов раціонального використання ресурсів[2].

Способи управління економічною дипломатією в міжнародній підприємницькій діяльності – це дії, які дають можливість досягти певних результатів у досягненні ефективного управління економічною дипломатією в міжнародній підприємницькій діяльності. Засоби управління економічною дипломатією в міжнародній підприємницькій діяльності – це інструменти, за допомогою яких здійснюється вплив для досягнення ефективного управління економічною дипломатією в міжнародній підприємницькій діяльності. Прийоми управління економічною дипломатією в міжнародній підприємницькій діяльності – складові елементи форм реалізації методів управління економічною дипломатією в міжнародній підприємницькій діяльності, що застосовуються у конкретній ситуації.

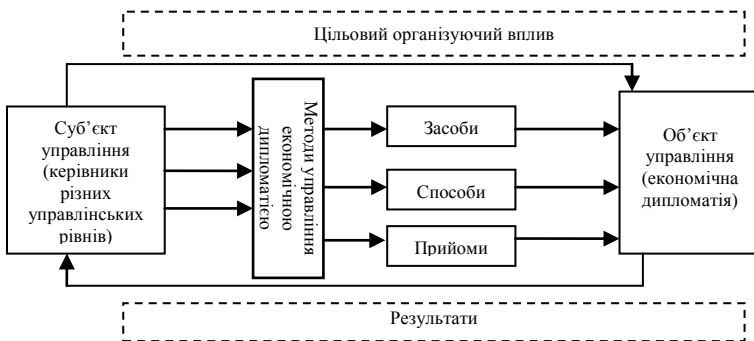


Рис. 1. Структура інструментів управління економічною дипломатією в міжнародній підприємницькій діяльності

Джерело: складено автором

Для вивчення ефективності інструментарію економічної дипломатії в міжнародній підприємницькій діяльності доцільно проаналізувати застосування інструментарію економічної дипломатії на практиці. З метою більш детального аналізу за приклад було взято за приклад країни ЄС та агрохолдинг «Авангард».

У табл. 1 з'ясуємо інтенсивність застосування інструментарію економічної дипломатії деяких країн ЄС.

Таблиця 1. Інтенсивність застосування інструментарію економічної дипломатії деяких країн ЄС

Країна	Інструменти			
	Організаційні	Правові	Економічні	Інформаційні
Австрія	+++	+++	+++	+++
Болгарія	++	++	++	+++
Велика Британія	+++	+++	+++	+++
Іспанія	++	++	+++	++
Італія	+++	+++	+++	+++
Німеччина	+++	+++	+++	+++
Польща	++	++	+++	++
Португалія	++	++	++	++
Румунія	+	++	+	+
Словаччина	++	++	++	++
Угорщина	+	++	++	+
Франція	+++	+++	+++	+++
Чехія	++	++	+	++

Примітки: + – низька інтенсивність застосування інструмента; ++ – середня інтенсивність застосування інструмента; +++ – висока інтенсивність застосування інструмента.

Джерело: складено автором

Отже, як помітно, серед вищенаведених країн найбільш інтенсивно застосовують інструментарій економічної дипломатії такі країни, як Австрія, Велика Британія, Італія, Німеччина та Франція.

Впродовж 2010-2014 років експорт агрохолдингу зріс з 123,5 млн. дол. США у 2010 до 134,8 млн. дол. США – у 2014 році. За допомогою рівняння лінії тренда здійснимо прогноз зростання цього показника при збільшенні ефективності застосування інструментарію економічної дипломатії (рис. 2).

Отже, здійснивши прогноз, нами отримано рівняння лінії тренда ($y = 35,37x$), де x – порядковий номер року в загальній динаміці. Тоді у 2015 році експорт агрохолдингу складатиме 212,22 млн. дол. США, у 2016 – 247,59 млн. дол. США, а у 2017 – 282,96 млн. дол. США.

Отже, економічна дипломатія посідає вагоме місце у зовнішньоекономічних зв'язках держави і підприємництва. Вона сприяє більш точному укладанню угод, роз'ясненню вимог та умов кожної дипломатичної сторони. До інструментів економічної дипломатії відносяться організаційні, правові, економічні та інформаційні. Ефективне застосування цих інструментів підприємством збільшить експорт/імпорт товарів, робіт та послуг, збільшить прямі іноземні інвестиції, підпише міжнародні договори про співпрацю, що дасть змогу збільшити прибутки, розширити клієнтську базу, покращити імідж компанії, розширити ринки збуту та посилить його конкурентоспроможність.

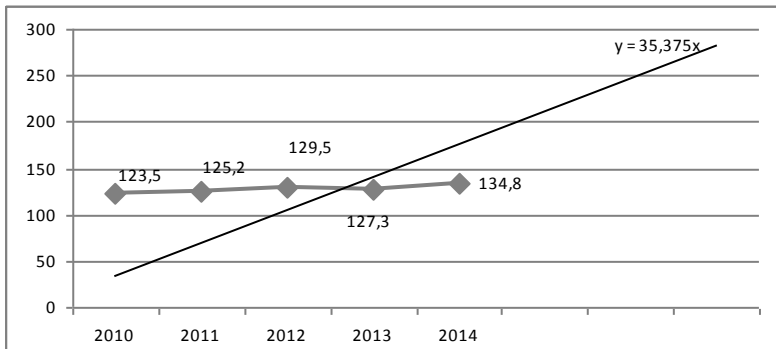


Рис. 2. Прогноз експорту агрохолдингу «Авангард» до 2017 року, млн. дол. США

Джерело: складено автором

Література

1. J. Lecoite (1993), L'Idéale la Différence: La perception de la personnalité littéraire à la Renaissance, Genève: 266 p.
2. Мостенська Т.Л. (2007) Менеджмент. Київ, 690с, с. 400
3. Фліссак К.А. (2013) Економічна дипломатія. Навч. посіб. – Тернопіль, 440 с.
4. Каррон де лаКаррьер Г. (2003) Экономическая дипломатия. Дипломат и рынок. Москва, С. 27.

УДК 781.26

Павленко Л.І., аспірант

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ СВІТОВОГО РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Зміни, які спричиняють розвиток бізнесових проєктів останнім часом нашоухують на думку про необхідність врахування ширшого кола чинників аніж врахування маркетингових тенденцій, інструментів та поведінки конкурентів. В поле зору дослідників потрапляє еволюція продуктивних сил, і зокрема перехід від індустриального способу виробництва до економіки знань, в межах якої споживач, як одиниця цільової маркетингової аудиторії поряд з традиційним набуває статусу ключової продуктивної сили та одночасно змінюється в межах переоцінки суспільних та особистих життєвих пріоритетів.

Зміна суспільних формацій очевидно комплексно впливає на потреби людини, і як наслідок, на розвиток країн, що перейшли до економіки знань, їх відмінність від індустриальних економік вимагає диференціації бізнес-стратегій за критерієм етапу розвитку продуктивних сил, і особливо вироблення нових підходів для країн, де рушійною продуктивною силою виступає людський капітал.

Аналізуючи досвід провідних світових компаній, які досягли успіхів у своїй діяльності, можна зробити висновок, що за умов ефективного менеджменту збільшення обсягу людського капіталу на 10% призводить до зростання продуктивності праці на 8-9%, на 2-2,5 рази більше, зростання обсягу акціонерного капіталу.

Досвід провідних країн світу показує, що:

- необхідною умовою економічного зростання суспільства в довготривалій

перспективі є підвищення продуктивності праці, що підтверджується статистичними дослідженнями економічно розвинутих країн;

- провідна економічна концепція, кейнсіанська економічна теорія, найбільш впливовим фактором підвищення продуктивності праці визнає зростання якості робочої сили, про що стверджує теорія людського капіталу;
- одним із пріоритетів державної політики країн зі швидким економічним зростанням є нагромадження людського капіталу суспільства;
- розвиток ринкових відносин довів доцільність і необхідність використання концепції людського капіталу на макrorівні [1].

Талант, а не капітал, буде ключовим фактором зв'язку інновацій, конкурентоспроможності та росту економіки в 21-му столітті, і кожен повинен краще зрозуміти глобальний ланцюжок створення вартості талантом. Підвищення якості знань є вирішальним для цього розуміння. Індекс людського капіталу відображає, як країни розвивають свій людський капітал і відстежує його динаміку протягом тривалого часу.

Deloitte подає звіт Global Human Capital Trends в 2016 році, ґрунтуючись на більш ніж 7000 відповідях на опитування в більш ніж 130 країнах по всьому світу. Цей звіт містить вичерпну інформацію про базу таланту в кожній країні, в тому числі інформацію про рівень освіти серед зайнятих, безробітних та економічно неактивного населення. На робоче місце, робочу силу, і саму роботу впливають певні чинники. Для того, щоб допомогти організаціям і їх лідерам зрозуміти ці зміни, спричинені запитами суспільства на сучасному етапі розвитку ці чинники були об'єднані в чотири групи.

Існують чотири потужні сили, які керують з одного боку, людськими ресурсами та з іншого, організацією, якій вони служать, створюючи талановитих лідерів, а також формуючи рішення, які радикально відрізняються від тих, що були прийняті попередніми поколіннями лідерів.

По-перше, демографічні потрясіння зробили робочу силу молодшого і старшого віку більш різноманітною. Покоління «сехт», яке в даний час складає більше половини робочої сили приносить великі надії, постійно навчається і розвиває можливості для кар'єрного росту. У той же час, люди, які народжені 70-их і 80-их повинні адаптуватися до нової ролі в якості наставників, тренерів. Крім того, глобальний характер бізнесу зробив робочу силу більш різноманітною, вимагає зосередити увагу на загальні переконання, які об'єднують людей.

По-друге, цифрові технології в даний час в усьому світі докорінно змінюють робоче місце і спосіб роботи, порушуючи бізнес-моделі. Такі технології, як мобільні пристрої, 3D-друк, датчики, когнітивні обчислення та Інтернет змінюють організацію компаній, виробництво і практично всі продукти і послуги. Інноваційні компанії пропонують, як спростити і покращити досвід роботи, застосовуючи дисципліни логічного мислення і поведінкової економіки, яка охоплює новий підхід до формування людського капіталу.

По-третє, прискорилася швидкість змін. Відповідно до Закону-аксіоми Мура про те, що обчислювальна потужність подвоюється кожні два роки, і не тільки рухає вперед технологічні інновації, а й значно збільшує темпи змін в бізнесі і в цілому, що вимагає від організації бути більш гнучкою. Швидкі зміни бізнес-інноваційних моделей компаній, змушують їх реагувати і швидко змінювати самих себе, щоб рухатися в ногу з новими викликами.

По-четверте, розвиваються нові соціальні відносини між компаніями і працівниками, вводячи істотні зміни у трудові відносини. Час, коли більшість працівників може розраховувати на будівництво кар'єри, рухатися вгору по кар'єрному зросту в одній компанії, закінчився. Молоді люди працюють у багатьох роботодавців і вимагають корисного досвіду на кожному етапі. Це призводить до очікування швидкого

кар'єрного росту, гнучкого робочого графіку і почуття виконаної місії і мети на робочому місці. На сьогоднішній день контингент працівників, які працюють по контракту і неповний робочий день, складає майже одну третину робочої сили, але багатьом компаніям не вистачає практики HR (Human Resources), культури або управлінської підтримки для менеджменту цієї новою робочою силою.

У доповіді Глобальні тенденції розвитку людського капіталу у 2016 “The new organization: Different by design”, висвітлюється 10 питань, пов'язаних з талантами, які впливають на спосіб організації та підхід до управління людьми. Відповідно до [2] у 2016 році за оцінкою респондентів людський капітал на глобальному рівні включає 10 важливих тенденцій, які ранжовані в порядку їх важливості:

1. Організаційне проектування
2. Лідерство
3. Культура
4. Заняття
5. Знання
6. Мислення
7. Лідерські здібності в HR компанії
8. Людська аналітика
9. Цифрові HR
10. Менеджмент трудових ресурсів

Отже, як показує досвід провідних компаній різних країн світу, на сучасному етапі розвитку суспільства людський капітал є одним із ключових факторів, проте нові суспільні запити вимагають нових підходів до його застосування. Тому компанії та працівники на даному етапі повинні бути досить мобільними, готовими до змін. З одного боку компанії повинні адаптуватися до сучасних вимог у сфері інформаційних технологій та менеджменту, причому вміло використовуючи людські ресурси. А з іншого боку, працівник повинен адаптуватися під вимоги таких компаній, мати певний рівень знань і навичок, стати частиною його корпоративної культури.

Література

1. Порохня В. М. Інтелектуальний капітал економічного зростання : навчальний посібник / В. М. Порохня. – Запоріжжя: КПУ, 2012. – 568с.
2. Global Human Capital Trends 2016 // [Електронний ресурс] - Режим доступу <http://dupress.com/periodical/human-capital-trends/>

УДК 002.5+303.442.3(075.8)

Вірв'юкіна Н.М., ст. викладач

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В останні роки ми все частіше говоримо про те, що суспільство вступило в новий етап свого розвитку, для якого характерний новий спосіб виробництва - інформаційний. Це пов'язано, насамперед, із процесами інформатизації, впровадженням інформаційних технологій у різні сфери життя. Інформація стає основою генерування знань, основою комунікацій, виробництва й т.д. Практично ні в кого не викликає сумніву характеристика сучасного суспільства як суспільства інформаційного. Дослідники дають різні визначення інформаційного суспільства, але сходяться в головному: інформація в інформаційному суспільстві перетворилася в головний стратегічний ресурс, стала домінуючою цінністю [1].

За таких умов необхідно впроваджувати систему інформаційно-аналітичного забезпечення для вдосконалення форм та методів управління в першу чергу тих підприємств, де конкуренція найбільша. Розвиток підприємства на всіх рівнях управління вимагає відповідного інформаційно-аналітичного забезпечення. Недосконалість інформаційно-аналітичної діяльності ускладнює і сповільнює обґрунтування та вибір конкретних напрямків господарського розвитку, збільшує ймовірність помилок, що є основною причиною низької ефективності сучасного бізнесу.

Дана тема розглядалася значною кількістю зарубіжних та вітчизняних науковців і дослідників. Серед них, Захарова І.В. та Філіпова Л.Я., Кулицький С.П., Матвієнко О.В., та інші, які розглядають суть, значення та місце інформаційно-аналітичної діяльності в системі управління.

У своєму посібнику «Основи інформаційно-аналітичної діяльності» Захарова І.В. [2] визначає практичні аспекти реалізації інформаційно-аналітичної діяльності у сфері управління, в системі науково-технічної інформації, аналізує інформаційні продукти і послуги як результат інформаційно-аналітичної діяльності та детально описує методикою створення інформаційно-аналітичних документів. У навчальних посібниках Кулицького С.П. [3] розглянуто основи ефективної організації інформаційної діяльності у сфері управління та Матвієнка О.В. [4] викладено основні підходи до розуміння інформаційного менеджменту, розглянуто питання розвитку наук інформаційно-комунікаційного циклу, питання теорії та практики інформаційно-аналітичної діяльності в системі управління, висвітлено проблеми виробництва інформаційних продуктів та надання інформаційних послуг.

Інформаційно-аналітичне забезпечення є однією з обов'язкових складових організації системи управління будь-якої функціональної системи. Від якості управління залежить результативність функціонування підприємства. Інформаційно-аналітичне забезпечення надає можливість зважено приймати управлінські рішення на різних шаблях управління. Крім того, інформаційно-аналітичне забезпечення виконує ще одну важливу функцію - отримання нових знань, які створюють аналітика.

Як аналітика, так і інформаційна діяльність мають глибоке коріння існування і розвиваються за своїми правилами і методиками. Слід зазначити, що сьогодні ми спостерігаємо бурхливий розвиток інформаційної складової, яка є базою аналітичної роботи. Тому доцільно розглядати окремо як інформаційну, так і аналітичну частини. Об'єднання цих складових дає нові можливості, нову якість, новий поштовх до дії.

Поняття інформаційно-аналітичного забезпечення більше відповідає розумінню забезпечення як створення й підтримки відповідних організаційно-функціональних характеристик системи управління, яка є основою функціонування будь-якої системи, в тому числі і науково-технічної діяльності. Таким чином, існують об'єктивні причини для виділення двох значень поняття «інформаційно-аналітичне забезпечення» як забезпечення системи управління сукупністю інформації і як діяльність, що пов'язана із засобами збирання, реєстрації, передачі, зберігання, опрацювання та надання інформації. Обидва значення цього поняття тісно пов'язані. Отже, можна стверджувати, що інформаційно-аналітичне забезпечення будь-якої системи - це поєднання всієї використовуваної в ній інформації, специфічних засобів і методів її обробки, а також діяльності фахівців з її ефективного удосконалення та використання. Кожна система має своє управління через рішення, які приймаються на базі інформаційно-аналітичного забезпечення.

Таке розуміння інформаційно-аналітичного забезпечення визначається його призначенням. Інформаційно-аналітичне забезпечення, охоплює процеси збирання,

обробки, перетворення інформації, включаючи класифікаційні переліки всіх даних, методи їхнього кодування, зберігання для аналізу та передачі відповідним органам управління.

Відомо, що інформаційно-аналітична діяльність завжди відігравала значну роль як у становленні людини, так і в соціальному бутті будь-якого масштабу і рівня, аж до світового суспільства в цілому. Тому принципове значення має, з одного боку, факт свідчення, що прогрес людства органічно і багатогранно пов'язаний з розвитком глобального інформаційного простору, а з другого - що постійно йде процес поглиблення розуміння суті інформації для суспільства як об'єктивного ресурсу існування природи, людства, окремої людини тощо.

Найважливішим завданням теорії інформаційно-аналітичного забезпечення є дослідження нової ролі і місця людини в інформаційному суспільстві, що обумовлюється підвищенням її значення як головної продуктивної сили і суб'єкта виробництва, аналізу, добування і використання корисної інформації в системі суспільного відтворення, творчий потенціал якого реалізується у формі людських інформаційних ресурсів.

Таким чином, за умов інформаційного буму та бурхливого накопичення даних у сфері науки і техніки до процесу системного аналізу, який давно застосовується, слід додати інформаційний принцип і дійти до інформаційно-аналітичного аналізу. Інформаційна парадигма інноваційного розвитку ґрунтується на тому, що умовою і метою розвитку є накопичення інформації та удосконалення засобів її обробки і використання. Фундаментальною, загальнонауковою категорією, що виконує функцію базисного поняття сучасного наукового знання, стає інформація з аналітикою. Таким чином, можна стверджувати, що інформаційна аналітика стала універсальною загальнонауковою категорією і в сучасних умовах є виробничою складовою економічного і освітянського розвитку.

З огляду на визначну роль інформаційного обміну вагоме значення набуває інформаційно-аналітичне забезпечення системи управління підприємства.

Література

1. Захарова І.В. До визначення змісту інформаційної складової в підготовці фахівців з документознавства та інформаційної діяльності : Менеджмент соціокультурної діяльності : стан та перспективи. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (Луганськ, 22-23 лютого 2007 р.) / І.В. Захарова, Н.М. Поліщук. – «Луганськ-Арт». 2007. – 192. – с. 47-57.
2. Захарова І.В. Основи інформаційно-аналітичної діяльності : навчальний посібник / І.В. Захарова, Л.Я. Філіпова. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 336 с.
3. Кулицький С.П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посібник. - К.: МАУП, 2002. – 224 с.: іл.. – Бібліогр.: с.209-218.
4. Матвієнко О.В. Основи інформаційного менеджменту: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 128 с.
5. Кузнецов И.Н. Учебник по информационно-аналитической работе. –М.: Яуза, 2001. – 320 с.

УДК 528.9

Западня О.О., студент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ВИКОРИСТАННЯ ВИЗНАЧНИХ ОБ'ЄКТІВ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ У ПРОЦЕСІ ПОБУДОВИ ТУРІВ

Туристські подорожі на сьогоднішній день являють собою одну з найбільш цікавих

сучасних форм дозвілля, які відіграють велику роль у розширенні загальних знань і, зокрема, культурної ерудиції людини. В Україні з кожним роком все більше людей щорічно відправляється в подорожі, у процесі яких відбувається знайомство з традиціями, культурною спадщиною та сучасною культурою інших міст.

Окреме місце серед асортименту туристичних послуг посідає культурно-пізнавальний туризм, який з кожним роком стає все більш актуальним.

У цьому відношенні культурний туризм як вид розвиваючого дозвілля можна поставити в один ряд з відвідуванням музеїв, бібліотек, оглядом місцевих визначних пам'яток. Історико-культурна спадщина України належить до найцінніших надбав нашого народу. Вона виступає у ролі одного з базових елементів формування турів.

Згідно із статистичними даними станом на 2015 в Україні нараховується 123,6 тис. об'єктів культурного значення, з них 891 національного значення. Нині функціонує 63 заповідники, 252 з яких віднесені до сфери управління Мінкультури, 38 – комунальної власності. [6]

Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Україні, стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію. Пріоритетним напрямком розвитку в'їзного та внутрішнього туризму є важливим чинником підвищення якості життя, утворення додаткових робочих місць, наповнення бюджетів усіх рівнів.

Туризм - найкращий спосіб знайомства з іншою культурою. Гуманітарне значення туризму полягає у використанні його можливостей для розвитку особистості, її творчого потенціалу, розширення горизонту знань. Прагнення до знання завжди було невід'ємною рисою людини.

Поєднання відпочинку з пізнанням життя, історії і культури іншого народу - одне із завдань, яку у повній мірі здатний вирішувати туризм. Побачити світ своїми очима, почути, відчувати - важливі частини відновної функції туризму, вони несуть в собі великий гуманітарний потенціал. Знайомство з культурою та звичаями іншої країни збагачує духовний світ людини.

Культура є фундаментальною основою процесу розвитку, збереження, зміцнення незалежності, суверенітету й самобутності народу. Ідентичність шляхів історичної еволюції культури і туризму визначила спільність нових методів підходу до їх подальшого розвитку. У більшості країн світу відбувається процес демократизації культури і туризму, які становлять невід'ємну частину життя суспільства.

На сьогоднішній день не розроблено методологічних аспектів аналізу функціонування пам'яток історії та культури екскурсійного туристичного об'єкта. Внаслідок цього складові історико-культурної спадщини залучаються до туристичної галузі безсистемно, а їх пізнавальна функція зводиться до мінімуму. Серед 418-ти пам'яток археології національного значення лише 54 використовуються як туристичні об'єкти; з 147 пам'яток історії національного значення туристичними об'єктами є 98; з 45 пам'яток монументального мистецтва національного значення в туристичній інфраструктурі представлено 28 [4].

В Україні є приклади великих проектів культурного туризму і місць історичної, культурної пам'яті, до яких виявляє своє зацікавлення держава, що розглядає їх як потужний засіб пропаганди, утвердження національної ідентичності та історичної справедливості. До таких проектів відноситься Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця», Культурно-мистецький та музейний комплекс «Мистецький Арсенал», Національний заповідник «Хортиця», Державна національно-культурна програма «Золота підкова Черкащини». Усе це не сприяє розвитку культурного туризму в Україні, і нині, в цій царині фіксується спад. Для подолання

кризи необхідне об'єднання зусиль працівників сфери науки туризмології, культури та менеджерів туризму.

В Україні є пам'ятки культури світового значення. Але слабкість організації, в деяких випадках неосвіченість гідів, відсутність належної інфраструктури призводять до зменшення чисельності іноземних і вітчизняних туристів, що бажають відвідати культурні ландшафти України. Звернення до наукових засад культурного туризму створює базу для змін на краще.

Пам'ятки історії та культури можна розглядати з різних поглядів, і вони можуть бути предметом вивчення багатьох наукових дисциплін. Переважно під ними розуміють окремі споруди, предмети, пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, витвори матеріальної та духовної культури, що мають історичну, наукову, художню або іншу культурну цінність.

Історико-культурні пам'ятки, котрі входять або можуть увійти до складу туристичних ресурсів, необхідно розглядати не як окремі об'єкти з певною історичною чи культурною цінністю, що мають високу атрактивність, можуть відігравати вагому роль у формуванні світогляду народу й формувати історико-культурний туристичний потенціал поселення, місцевості, регіону.

Для вирішення цих проблем слід звернути увагу на поняття історико-культурного регіону під час розробки іміджевих брендів та маршрутів за напрямом. Саме утворені культурно-історичними об'єктами простори певною мірою визначають локалізацію рекреаційних потоків і напрями екскурсійних маршрутів.

Література

1. Закон України від 14.12.2010 № 2778 "Про культуру" [Електронний ресурс] – Режим доступу geopolitika.crimea.edu/arhiv/.../0143tanas.
2. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України. Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія [Електронний ресурс] /О. О. Бейдик// – К.: 2001. – 395 с. Режим доступу old.niss.gov.ua/Monitor/desember
3. Горбик В. О. Діяльність державних інституцій і громадянських організацій з охорони культурної спадщини: історія, теорія, практика [Електронний ресурс] / В. О. Горбик, Г. Г. Денисенко //– К., 2009. – с. 22-25 Режим доступу com.../otsinka_istoriko-kulturmih
4. Завада В. Т. Проблеми використання пам'яток дерев'яної архітектури в системі туристських маршрутів України [Електронний ресурс]/ В. Т. Завада. Матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (вересень 1994 р.) Режим доступу www.novadoba.org.ua/sites/.../chapter
5. Звіт 9-1 про результати аудиту ефективності використання коштів державного бюджету, виділених Міністерству культури України на збереження історико-культурної спадщини в заповідниках, здійснення заходів з охорони, паспортизації, інвентаризації та реставрації пам'яток культурної спадщини [Електронний ресурс] – Режим доступу zakon.rada.gov.ua/go
6. Міністерство культури України Актуалізація Національної культурної спадщини як частина загальноєвропейського надбання та сучасний стан пам'ятко охоронної справи в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу zakon.rada.gov.ua/go

УДК 346

Anastasiya Lytvynenko

East European University of economics and management

A GOOD COMMAND OF ENGLISH AS ONE OF MAIN FACTORS OF DOING INTERNATIONAL BUSINESS WELL

Nowadays the necessity of mastering English has become utterly important, especially within the framework of globalization. It is used practically in all spheres of our life. And if a

person wants to succeed in his/her career he/she should be keen on English.

A qualified lawyer is a professional who deals with almost every aspect of social life. All that is subject to legal regulation is the patrimony of lawyers. And it doesn't matter whether you work in state bodies or you are engaged in private practice, the English language is rather a necessity than a pleasant addition.

With the expansion of international cooperation in all areas of our lives modern specialists with higher education should have higher level of language training for conducting their professional activities and further career promotion.

In the sphere of providing legal services we are observing a rapidly increasing competition, forcing law firms and individual lawyers to offer clients a wide range of services. More and more foreign investors are becoming our trade partners, so they need legal consultation but in a language, that is suitable for them. So, nobody is got astonished anymore by employers' basic requirement to master English well.

Lawyers working with documents in a foreign language, need a good understanding of what they are doing. Needless to say how pricey any mistake can be. For a company this may result in loss of reputation, huge fines, loss of profits and many other unpleasant consequences.

If a lawyer wants to be profound in negotiating with overseas partners and be able to defend the interests of his/her own company in domestic and international courts, he/she should have a good command of topical vocabulary and possess some main conversational skills. A modern lawyer has to communicate with foreign colleagues and find out a lot of useful information not only in Ukrainian book sources, but also in overseas ones. Being good at English helps a lawyer to improve his/her knowledge in the field of international and national trade and commercial law.

At present our labour market demands such lawyers as: corporate lawyers, tax lawyers, real estate professionals, consulting lawyers. You can also become an independent lawyer (freelancer) or look for other areas where you can apply legal knowledge, for example, to run a personnel department in different organizations and enterprises.

I would like to differentiate between main types of lawyers. A corporate lawyer is a lawyer who specializes in corporations law. The role of a corporate lawyer is to ensure the legality of commercial transactions and to advise corporations on their legal rights and duties, including the duties and responsibilities of corporate officers. In order to do this, they must have knowledge concerning main aspects of contract law, tax law, accounting, securities law, bankruptcy, intellectual property rights, licensing, zoning laws, and the laws specific to the business of the corporations that they work for.

Not only foreign, but also state-owned companies require a corporate lawyer with perfect knowledge of English. Corporate lawyers are required to advise managers and employees (including foreigners) on all legal matters. In the international corporation, which has representatives of different cultures, the lawyer is also responsible for the formation of corporate culture.

Consulting lawyer gives some advice on the application of the legislation in specific situations. His/her task is to protect and optimize business. A lawyer working in a consulting firm must be familiar with various aspects of international law. Consulting lawyer requires a high level of foreign language skills: knowledge of specific terminology for the translation of all documentation, spoken language skills for handling negotiations and sometimes technical language knowledge for understanding the client's business.

International lawyer focuses on external activities. Lawyers dealing in international legal matters are in great demand nowadays due to different legal issues arising due to globalization. International lawyer needs to know two or more foreign languages. He/she

should be able to make any contract of purchase and sale (delivery), service contracts taking into account international trade law.

Thus, we can make a conclusion that every lawyer needs English. The career of a lawyer has a bright future in this fast growing age of the development of sophisticated technology and modernization. And as for me I would like to enlarge my knowledge not only of English, but also to master other foreign languages to become a competitive lawyer and succeed in my career.

References:

1. American Club of Education [Електронний ресурс]: ACE. – Режим доступу: <http://www.english-language.ru>.
2. Науковий сайт Prolawyer [Електронний ресурс]: Prolawyer.by. – Режим доступу: <http://prolawyer.by>.
3. Науково – освітній сайт Study.ru [Електронний ресурс]: Англійська мова онлайн. – Режим доступу: <http://www.study.ru>.
4. Інформаційно–правовий портал ГАРАНТ [Електронний ресурс]: Інформаційно–правове забезпечення. – Режим доступу: <http://www.garant.ru>.

УДК 620.92:662.767.2:628.336.098.4

**Ополіський І.О., магістр
Дичко А.О., к. т. н, доцент**

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут» (м. Київ, Україна)*

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ТЕХНОЛОГІЙ АНАЕРОБНОЇ ПЕРЕРОБКИ БІОМАСИ

В наш час особливо актуальним є питання енергетичного суверенітету України, оскільки держава залежить від закордонних енергоресурсів, така ситуація виводить країну за межі нормальних економічних умов існування. Тому політика спрямована на підвищення енергоефективності та зменшення використання енергії має стати пріоритетним напрямком в енергетичній стратегії України.

Згідно із Національним планом дій із відновлювальної енергетики на період до 2020 року загальна потужність усіх відновлювальних джерел повинна збільшитися більше ніж у 5,5 разів.

До найбільш перспективних відновлювальних джерел енергії для України є енергія з біомаси, у тому числі анаеробні технології очистки води та переробки органічних відходів сільського господарства та відповідних підприємств. У зв'язку з вищенаведеним, виникає необхідність еколого-економічного обґрунтування застосування анаеробних технологій отримання біогазу в тому числі розроблення методики обґрунтування та розрахунку еколого-економічного ефекту від впровадження технології анаеробного зброджування відходів з отриманням біогазу для підприємства.

Еколого-економічний потенціал використання біогазових технологій можна розглядати як сукупність характеристик, показників і властивостей, що дозволяють оцінити можливості підприємств, галузей або народного господарства із забезпечення задоволення потреб у енергетичних та інших ресурсах та отриманні додаткових економічних та екологічних ефектів.

Основним бар'єром на шляху до розвитку анаеробних технологій переробки органічних відходів з отриманням біогазу в Україні є незначна питома величина виходу біогазу. Це пов'язано насамперед із високими затратами на підігрів субстрату; низьким рівнем питомого виходу біогазу на одиницю маси органічних відходів; утворенням

значних об'ємів збродженого субстрату; низькою теплоємністю отриманого біогазу тощо. Тому доцільним є удосконалення існуючих технологій утилізації органічних відходів, в яких застосовуються методи анаеробного збродження, шляхом стимулювання активного мулу біореакторів ферментами, вітамінами та іншими біологічними активними речовинами, що виділяються при руйнуванні клітин виділенням біомаси.

Еколого-економічний ефект від впровадження заходів з ефективного управління та підвищення ефективності метаногенезу пов'язаний із рядом переваг метанового бродіння, а саме:

1. Утворення додаткового джерела енергії на підприємстві – біогазу, що значно зменшує або навіть ліквідує енергозалежність.

2. Можливість отримання електроенергії. Так, при спалюванні 1 м³ біогазу в тепло-електрогенераторі отримують до 2 кВт/год. електроенергії.

3. Можливість отримання теплової енергії. Теплогенератор здатний перетворити до 2 кВт теплової енергії з 1 м³ біогазу. На підприємстві можливе також використання тепла, отриманого від охолодження теплообмінника силової установки.

4. Відпрацьований активний мул може бути використаний в якості біодобрив. У збродженій біомасі мінералізація складає 60% і мінерали переходять у форму, доступну рослинам. Вартість твердих біодобрив такої якості на сьогоднішній день в Україні в середньому становить 2500 грн./т, а ціна на рідкий біогумус дорівнює 100 грн./м³. Крім того, якість збродженої біомаси як добрива набагато вища за традиційні.

5. Площа, що займають очисні споруди з біогазовою установкою, значно менша від площі відстійника та інших очисних споруд в кілька разів. А для переробки відпрацьованого активного мулу використовуються часто родючі землі площею, в 5 разів більшу за метантенку.

6. Зниження антропогенного навантаження на атмосферу. Метан, що утворюється при відкритому бродінні відпрацьованого активного мулу і неефективному відстоюванні стічних вод, уловлюється в газгольдері, що запобігає потраплянню цього газу в атмосферу.

Існують методи [1], що дозволяють розрахувати еколого-економічний ефект для оцінки впровадження природоохоронних заходів, але вони не враховують специфіку біогазових установок.

Для підвищення еколого-економічного ефекту від впровадження технології біоенергетичної утилізації відходів необхідно застосовувати способи її інтенсифікації. До них відносять: підвищення температури збродження, перехід на його безперервне завантаження і вивантаження, двох- і багатоступінчаті збродження, підвищення концентрації біомаси мікроорганізмів у метантенку, а також технології механічної, хімічної та термічної обробки біомаси [2].

Еколого-економічне обґрунтування впровадження технології анаеробного збродження відходів з отриманням біогазу для підприємства полягає у розрахунку параметрів та продуктивності біогазових установок (БГУ), еколого-економічного ефекту та терміну окупності.

Розрахунок метантенків полягає в виборі режиму збродження, визначенні необхідного обсягу споруд та ступеня розпаду речовини субстрату, кількості отриманого біогазу і органічних добрив [3, 4].

Оцінка ефективності впровадження технології анаеробної утилізації відходів – це порівняння економічного результату з витратами на реалізацію проекту. До неї ставляться дві вимоги:

1) по можливості повніше охоплювати всі соціально-економічні наслідки у різних

сферах господарства як у найближчий період, так і у віддаленій перспективі;

2) найповніше врахувати всі витрати, пов'язані із здійснюваними заходами. Обидві вимоги є міжгалузевими, міжрегіональними й довготривалими [1].

Ефект від охорони навколишнього середовища впливає на поліпшення економічних показників виробництва. Найпростіший метод визначення нанесених збитків від забруднення довкілля описаний [1].

Під збитками можна розуміти збір, який підприємство щорічно сплачує за розміщення відходів відповідно до податкового кодексу України [5].

Суми збору, який справляється за розміщення відходів, обчислюються платниками самостійно щокварталу наростаючим підсумком з початку року, виходячи з фактичних обсягів розміщення відходів, нормативів збору та коригувальних коефіцієнтів [1, 5].

Загальний ефект від попередження і зниження витрат обчислюється за різницею їх оцінки до і після проведення природоохоронних заходів.

Визначення чистого економічного ефекту природоохоронних заходів ґрунтується на порівнянні витрат на їх здійснення з досягнутим завдяки цим заходам економічним результатом.

Річний дохід від реалізації отриманого біогазу дорівнює добутку кількості біогазу, який залишився після задоволення потреб у підігріві субстрату, кількості робочих днів у році та ціни за природний газ.

Величина капіталовкладень має дві складові, одна з яких відповідає витратам на БГУ (її складові та допоміжні матеріали). Друга частина капіталовкладень – це витрати на її будівництво та транспортування субстрату, виробничі затрати, амортизацію та страхування, що становить 25% від вартості БГУ.

Термін окупності характеризує період, протягом якого понесені на реалізацію заходу витрати повністю повертаються за рахунок отриманого ефекту.

Висновки. Методика розрахунку еколого-економічного обґрунтування впровадження технології анаеробного зброджування відходів з отриманням біогазу для підприємства включає визначення параметрів та продуктивності БГУ, еколого-економічного ефекту та терміну окупності.

На основі розрахунків та експериментальних досліджень авторів [2] визначено, що застосування інтенсифікації процесу технології біоенергетичної утилізації відходів дозволяє збільшити річну продуктивність виходу біогазу у 4 рази, та зменшити термін окупності в 3,5 рази.

Розроблену методику можливо використовувати для порівняння різних технологій утилізації відходів для визначення найбільш оптимальної для впровадження.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на врахування показників різних видів органічних відходів при еколого-економічному обґрунтуванні доцільності застосування технології.

Література

1. Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з курсу "Економіка природокористування" / П. В. Круш, Н. А. Шевчук, Н. І. Шевчук, О. О. Вовк. – Київ: НТУУ «КПІ», 2006. – 60 с.
2. Дичко А.О. Інтенсифікація процесу біоенергетичної трансформації біомаси у біогаз [Текст] / А.О. Дичко, Л.І. Євтєєва, І.О. Ополінський // Управління розвитком складних систем. – 2015. – № 22 (1). – С. 193-198.
3. Канализация / С. В. Яковлев, Я. А. Карелин, А. И. Жуков, С. К. Колобанов., – Москва: Стройиздат, 1975. – 632 с.
4. Очистка сточных вод / М.П. Лапицкая, Л.И. Зуева, Н.М. Балаескул, Л.В. Кулешова. – Минск: Выш. школа, 1983. – 256 с.
5. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради

України. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

УДК 640.4

Уляницька А.М., студентка

Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

ГОТЕЛЬНА ІНДУСТРІЯ ЯК СФЕРА ГОСТИННОСТІ

Сфера гостинності це комплекс галузей головне завдання яких пов'язується з обслуговуванням туристів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. До сфери гостинності, згідно визначень провідних спеціалістів у сфері економіки туризму, належать готельний та ресторанный бізнес, підприємства транспортно обслуговування, сфера розваг. Готельна сфера в структурі індустрії гостинності виконує ключові функції, оскільки пропонує відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та реалізації яких беруть участь всі сектори й елементи індустрії гостинності. Таким чином, доцільно виділити готельну індустрію як найбільш комплексну складову індустрії гостинності та розглядати її самостійно.

В умовах конкурентного ринку послуг гостинності, прагнення підприємств до отримання найбільшого прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів послуг, спонукає підприємства готельного бізнесу забезпечити не лише проживання та харчування, зумовлює необхідність розширення обсягу додаткових і супутніх послуг. Це збагачує зміст поняття «готельний бізнес», розширює сферу діяльності готельних підприємств, що надають послуги не тільки власного виробництва, але й суміжних галузей.

Необхідно зазначити, історично поняття «готельне господарство» використовувалось лише для визначення діяльності готелів. Згодом, у зв'язку з урізноманітненням типів засобів розміщення, ця діяльність охоплює мотелі, кемпінги, туристські бази та інші підприємства. Таким чином, готель є основним типом засобів розміщення, що визначив назву цієї сфери діяльності.

Готельне господарство - це сукупність готельних підприємств різних типів, що здійснюють приймання і надання послуг з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг.

Окрім готельних підприємств, виділяються заклади розміщення, що не входять до системи готельного господарства. До цієї категорії належать спеціалізовані установи лікувально-оздоровчого профілю та відпочинку, у яких розміщення не є їх основним видом діяльності, а ціни наближені до собівартості послуг.

Економічна сутність готельної індустрії полягає у нематеріальному характері її діяльності. Результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів є головний продукт у формі особливого виду послуг – послуг гостинності, особливості яких пов'язується із тим, що вони створюються і реалізуються в межах одного підприємства. Виробництво продукту гостинності не може здійснюватись окремо від матеріального продукту, тобто виробничого використання матеріально-технічної бази (споруди, комунікацій, устаткування, інвентарю), є основою одночасного виробництва та реалізації послуг. Згідно особливостей обслуговування у готельному господарстві, де поєднуються виробництво та споживання послуг, цей процес визначається поняттям «надання послуг».

Готельна послуга – це дія (операція) підприємства з розміщення споживача шляхом пропозиції номера (місця) для тимчасового проживання у готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим проживанням.

Готельна послуга складається з основних і додаткових послуг, що пропонуються споживачу при розміщенні і проживанні у готелі. Зокрема:

- основні послуги – це обсяг послуг готелю (проживання, харчування), які включені у ціну номера (місця) і надаються споживачу згідно укладеного договору;
- додаткові послуги – послуги, що не належать до основних послуг готелю, замовляються і оплачуються споживачем додатково згідно окремого договору (наприклад, послуги ав-тостоянки, пральні, сауни та ін.).

Послуги, що надаються в готелях, поділяються на основні і додаткові. Вони можуть бути безкоштовними і платними. До основної послуги готелю відноситься проживання.

Без додаткової оплати гостям можуть бути надані такі види послуг:

- виклик швидкої допомоги;
- користування медичною аптечкою;
- доставка в номер кореспонденції по її одержанні;
- будіння до певного часу;
- надання окропу, голок, ниток, одного комплексу посуду і столових приладів.

Перелік і якість надання платних додаткових послуг повинні відповідати вимогам присвоєній готелю категорії. Так, наприклад, у 3* готелях надають такі платні послуги:

- екскурсійне обслуговування;
- замовлення послуг гідів-перекладачів;
- організація продажу квитків у театри, у цирк, на концерти тощо;
- організація продажу квитків на всі види транспорту;
- замовлення автотранспорту за замовленням гостей;
- виклик таксі;
- прокат автомобілів;
- замовлення місць у ресторанах міста;
- покупка і доставка квітів;
- продаж сувенірів, листівок та іншої друкованої продукції;
- ремонт взуття;
- ремонт і прасування одягу;
- прання і хімчистка одягу;
- користування сауною;
- послуги перукарні;
- оренда конференц-залу, залів переговорів;
- послуги бізнес-центру.

Якість готельних послуг - багатоаспектне поняття. Більшість визначень якості, що наведені в літературних джерелах, не відображають всі її аспекти. Однак це не є недоліком - широкий спектр визначень стосується різних аспектів якості та вимог, що висуваються до послуг.

Характерною особливістю сучасного готельного обслуговування є децентралізація реалізації послуг. Великі готельні об'єднання формують спеціалізовані ланки для реалізації основних послуг. Тому, частина операцій в процесі обслуговування туристів (попередній продаж, резервування місць та ін.) не належать до компетенції окремих ланок готельного підприємства та зосереджується у спеціалізованих бюро подорожей або самому підприємстві. Таким чином, на якість обслуговування у готелях впливає діяльність посередницьких ланок, що реалізують їхні основні послуги.

Обсяг, якість і асортимент послуг у готельній сфері зумовлені насамперед станом матеріально-технічної бази і рівнем та кваліфікацією персоналу закладу розміщення.

Література

1. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом: Навчальний посібник / Г.Б.Мунін, А.О.Змійов, Г.О.Зінов'єв, Є.В.Самарцев, О. О. Гаца, К. П. Максимець, Х.Й.Роглев. – К.: Ліра-К, 2005. – 520 с.
2. Бойко М. Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник. – К.:КНТЭУ, 2006. – 448 с.
3. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: проблемы, перспективы, сертификация. – КВИРА-Р, 2001. - 472 с
4. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К.: Знання України, 2006. - 378 с

Наукове видання

**ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНЕ ТА ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Міжнародна науково-практична конференція

20–21 квітня 2016 року

(Укр., рос., англ. мови)

Головний редактор *В.М. Яценко*
Голова секретаріату оргкомітету *О.М. Сукач*
Дизайнер обкладинки *А. Ю. Щур*

Підписано до друку 10.04.2016. Формат 60x90/16.
Гарнітура Times New Roman. Ум.-друк. арк. 24,3.
Тираж 70 прим. Зам. № 04-16.

Надруковано в редакційно-видавничому відділі
Східноєвропейського університету економіки і менеджменту
18036, м. Черкаси, вул. Нечуя-Левицького, 16; тел. 64-70-55
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції серія
ДК № 3734 від 17 березня 2010 р.