

НАУКОВО-ВИРОБНИЧИЙ ЖУРНАЛ «ОБЛІК І ФІНАНСИ»
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

**ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ
В КОНТЕКСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ
ПРОГРЕСИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ**

*Матеріали
II Всеукраїнської науково-практичної конференції
(25 лютого 2019 р., м. Київ)*

Посвідчення УкрІНТЕІ № 64 від 18 лютого 2019 року

Київ
ТОВ «ВІПО»
2019

УДК 330.34(477)

Е 40

Матеріали публікуються в авторській редакції

Рекомендовано до друку Вченою радою
ТДВ «Інститут обліку і фінансів» (протокол № 1 від 05.02.2019 р.)

- Е 40 **Економічний розвиток України в контексті впровадження прогресивних інформаційних технологій та систем управління:** матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. (25 лютого 2019 р.; м. Київ) / Відпов. за вип. С. Остапчук. К.: ТОВ «ВІПО», 2019. 262 с.

Вміщені у збірнику доповіді розкривають різноманітні аспекти економічного розвитку України в контексті впровадження прогресивних інформаційних технологій та систем управління. Серед об'єктів наукових досліджень: звіт про управління як елемент системи звітності підприємств; тенденції розвитку мобільного банкінгу; пріоритети та виклики діджиталізації у сфері фінансових послуг; сучасні моделі корпоративного та державного управління; цифровий маркетинг; гендерна рівність жінок і чоловіків та інші.

Видання призначене для науковців, практиків, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей, а також для широкого кола читачів, які цікавляться розвитком економічної науки.

- Е 40 **Экономическое развитие Украины в контексте внедрения прогрессивных информационных технологий и систем управления:** материалы II Всеукр. науч.-практ. конф. (25 февраля 2019 г.; г. Киев) / Отв. за вып. С. Остапчук. К.: ООО «ВИПО», 2019. 262 с.

Содержащиеся в сборнике доклады раскрывают различные аспекты экономического развития Украины в контексте внедрения прогрессивных информационных технологий и систем управления. Среди объектов научных исследований: отчет об управлении как элемент системы отчетности предприятий; тенденции развития мобильного банкинга; приоритеты и вызовы диджитализации в сфере финансовых услуг; современные модели корпоративного и государственного управления; цифровой маркетинг; гендерное равенство женщин и мужчин и другие.

Издание предназначено для научных работников, практиков, преподавателей, аспирантов и студентов экономических специальностей, а также для широкого круга читателей, интересующихся развитием экономической науки.

УДК 330.34(477)

ЗМІСТ

На замітку студентам та аспірантам Ж	8
---	---

Секція І. Трансформація теоретичних засад бухгалтерського обліку та фіскального контролю

<i>Бойко А.І.</i> Актуальні питання оподаткування малого бізнесу в Україні	9
<i>Васильєва Т.С.</i> Особливості впровадження Міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні	11
<i>Вітюк Т.І.</i> Бухгалтерський облік як універсальна мова бізнесу	15
<i>Гаврилюк О.О.</i> Плата за землю як регуляторний інструмент фіскальної політики держави	18
<i>Гайдучок Т.С., Дмитренко О.М.</i> Роль і місце звіту про управління в системі звітності підприємств в умовах трансформації облікових підходів ...	21
<i>Гериш С.В.</i> Актуальні аспекти обліку поточних зобов'язань підприємства	25
<i>Гладій Х.І.</i> Теоретичні основи обліку фінансових результатів підприємства ...	27
<i>Єланська Н.О.</i> Дослідження методики поглибленої оцінки фінансового стану неплатоспроможного підприємства	29
<i>Козовець Т.В.</i> Нормативно-правове регулювання обліку виробництва продукції зернових культур	31
<i>Коломієць В.М.</i> Врахування людського капіталу в міжнародних законодавчих документах	34
<i>Плазінська К.М.</i> Економічна сутність та значення фінансових результатів в господарській діяльності суб'єктів підприємництва	38
<i>Ріпа Т.В., Савченко Д.С.</i> Облікове забезпечення управління підприємством медичної галузі	40
<i>Тацакович І.Я.</i> Класифікація витрат діяльності підприємства: необхідність узгодження	43
<i>Титаренко А.Д.</i> Бухгалтерський облік запасів згідно національних та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку	46
<i>Чередишченко В.О.</i> Напрями здійснення внутрішньогосподарського контролю за наявністю та рухом поточних біологічних активів тваринництва	48
<i>Шевченко Л.В.</i> Сучасний стан внутрішнього контролю в бюджетних установах України	51
<i>Шкроміда В.В.</i> Функціональні особливості ділової репутації господарюючого суб'єкта	53
<i>Шкроміда Н.Я.</i> Послідовність етапів податкового планування на підприємстві	56

Щербак А.В. Документальне оформлення обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів	58
Яшишена В.В. Ключові аспекти розвитку нематеріальних активів та їх значення для економіки	61

Секція II. Діджиталізація у сфері фінансових послуг

Алескерова Ю.В., Астанкевич А.О. Управління фінансовим контролем (наглядом) за страховими компаніями	65
Бахарєва Я.В. Сучасні тенденції розвитку мобільного банкінгу та його безпека для користувачів	67
Веремій Я.С. Проблеми розвитку фінансового ринку та шляхи їх вирішення	70
Дзюменко О.О. Тенденції розвитку банківського кредитування в Україні	72
Доценко І.О. Краудфандинг як каталізатор економічного зростання фінансової системи України	75
Дрога В.С. Напрями розвитку банківсько-страхової взаємодії в Україні	79
Єфіменко Д.В. Реалії функціонування банківського сектору України	82
Костюк В.А., Федько Р.В. Перспективи кредитування малого та середнього бізнесу в Україні	84
Левіщенко С.С. Проблеми та перспективи розвитку банківської системи в Україні	86
Моргун А.С. Фінансові посередники та їх роль у розвитку фінансового ринку	89
Олійник А.В. Пріоритети та виклики діджиталізації у банківському секторі	92
Подсєвалова Н.Г. Заходи протидії легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом	96
Руденко І.В., Лебедич В.С. Кроки необхідні для запровадження діджиталізації в сектор фінансових послуг	98
Сова О.Ю. Фактори впливу на інвестиційні якості облігацій	100
Шафар С.А. Економіко-математичне моделювання фінансової діяльності підприємства	103

Секція III. Сучасні моделі корпоративного та державного управління

Брезицька О.В. Формування корпоративної культури підприємств транспорту	106
Бутова Т.Ю. Фінансова безпека в системі управління діяльності підприємства	109
Вербіцька М.П. Сучасні моделі корпоративного та державного управління	111
Гаражджук І.В. Кооперативні принципи та їх місце в розвитку сільськогосподарської обслуговуючої кооперації України	115
Дехтяр С.С. Аналіз наукових підходів до визначення поняття «економічна безпека підприємства»	117
Жуков В.С. Теоретичні основи процесу формування потенціалу підприємства	121
Закревська Л.М. Державне регулювання розвитку галузі дитячого харчування України	123
Карцева В.В., Бєлова Д.Д. Механізм фінансової безпеки: теоретичний аспект	125
Кириченко Т.А. Способи управління ризиками в системі фінансового менеджменту	129
Климчук О.В. Стратегічні передумови економічного зростання України на основі розвитку відновлюваної енергетики	131
Кучерук М.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління фінансовою безпекою підприємства	135
Лохман Н.В. Розвиток категорії «інноваційне підприємство»	138
Македон В.В. Стратегії створення конкурентних переваг ТНК у світовій економіці	142
Михальчишина Л.Г., Томчук О.Ф. Проблеми інформаційного забезпечення управлінських процесів в аграрному секторі економіки	145
Морозов Є.Ю. Стратегія як інструмент антикризового управління на підприємстві	147
Орлова Н.С. Перспективи впровадження електронного врядування в Україні	150
Петренко М.А. Фінансова криза на підприємстві та її симптоми	152
Пивоварова Г.Б. Управління економічними ризиками на ПАТ «Укразалізниця» в сучасних ринкових умовах	155
Писар Н.Б. Теоретичні засади розвитку просторової поляризації	157

<i>Приступа Л.А., Мельничук О.С.</i> Теоретичні засади системи управління фінансовою стійкістю страхової компанії	160
<i>Рибалко О.П.</i> Підходи до формування банківських стратегій управління кредитною політикою	164
<i>Шепелюк В.А.</i> Принципи корпоративного управління та корпоративні права	166
<i>Ющенко Н.Л.</i> Покращення за принципом довіри орієнтованих на споживача цифрових послуг в Україні на базі технології blockchain	168
<i>Ярославський А.О.</i> Чинники економічної безпеки підприємства	170

Секція IV. Розвиток цифрового маркетингу та прогресивних технологій бізнес-адміністрування

<i>Довгань Ю.В.</i> Використання інструментів цифрового маркетингу для просування інноваційних рослинних олій	174
<i>Доманська Г.І.</i> Трансформація маркетингової діяльності підприємств в умовах цифрової економіки	176
<i>Донцова Л.Д.</i> Розвиток цифрового маркетингу та прогресивних технологій бізнес-адміністрування	179
<i>Завгородня Є.Є.</i> Особливості адміністрування сучасного закладу вищої освіти	181
<i>Каліна І.І.</i> Роль і місце стратегії активізації у системі менеджменту	184
<i>Кіпоренко С.С.</i> Цифровий маркетинг як ефективний інструмент розвитку сільськогосподарських підприємств	188
<i>Новиков Д.Ф.</i> Социально-ответственный маркетинг при техническом перевооружении машиностроительного предприятия	191
<i>Потапова Н.А.</i> Інформаційна логістика в системі менеджменту підприємства	194
<i>Тимченко М.М.</i> Шляхи вдосконалення просування українських інноваційних товарів на нові ринки збуту	197
<i>Токман Д.А.</i> Суть та особливості маркетингу в сучасному електронному бізнесі	199
<i>Трушкина Н.В.</i> Повышение качества логистического сервиса в условиях цифровой трансформации	202
<i>Щур К.А.</i> Прогноз розвитку цифрового маркетингу	206

Секція V. Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика в контексті інтеграції України у міжнародний інформаційний простір

<i>Бойко В.В., Куїмова А.С.</i> Фактори впливу на стійкість автотранспортних підприємств	208
<i>Васильцова С.О.</i> Економічний аналіз у системі організації виробництва	211
<i>Гетьман А.Л., Бойко Л.О.</i> Соціально-економічні проблеми сільських жінок на сучасному етапі	214
<i>Драчук Ю.З., Сав'юк Л.О.</i> Проблеми взаємодії ринку праці та освітніх структур в машинобудуванні	217
<i>Золкина О.В.</i> Обеспечение развития конкурентоспособности человеческого капитала на предприятии	221
<i>Курманська О.С., Миголь В.М.</i> Розвиток інформаційної політики в Україні	223
<i>Ланченко Є.О.</i> Соціальне партнерство в державних сільськогосподарських підприємствах	227
<i>Левченко А.В.</i> Гендерна рівність жінок і чоловіків – запорука економічного зростання країни	230
<i>Мащенко М.А.</i> Організаційно-економічна модель державно-приватного партнерства у забезпеченні інвайронментальної безпеки	234
<i>Опалько В.В., Сотула О.В.</i> Формування концепції інклюзивного розвитку як інструменту пом'якшення соціально-економічної нерівності	237
<i>Сидоренко-Мельник Г.М., Луцир М.М.</i> Інтегральна оцінка фінансової безпеки домогосподарств: методичний аспект	241
<i>Снітко Є.О., Драчук Ю.З.</i> Аспекти сучасного освітнього менеджменту у закладах вищої освіти	245
<i>Соколюк С.Ю.</i> Гармонізований розвиток аграрного сектора економіки, як основа мотивації праці	248
<i>Стельмах В.В.</i> Шляхи підвищення ефективності використання трудових ресурсів підприємства	252
<i>Хрипко Т.Є.</i> Статистичний аспект демографічної ситуації у Вінницькій області як відображення демографічних загроз України	254
<i>Шандар А.М.</i> Цінності поколінь як підґрунтя розуміння якості життя населення	257

На замітку студентам та аспірантам J

ШАНОВНІ ДРУЗІ!

Пропонуємо вашій увазі матеріали чергової конференції, організованої фаховим науково-виробничим журналом «Облік і фінанси», в яких розкрито різноманітні аспекти економічного розвитку України в контексті впровадження прогресивних інформаційних технологій та систем управління. Питання, що піднімаються в доповідях, стосуються як загальновідомих проблем бухгалтерського обліку, оподаткування, фінансів, менеджменту, маркетингу, демографії, так і нових об'єктів наукових досліджень, серед яких: звіт про управління як елемент системи звітності підприємств в умовах трансформації облікових підходів; тенденції розвитку мобільного банкінгу; краудфандинг; пріоритети та виклики діджиталізації у сфері фінансових послуг; сучасні моделі корпоративного та державного управління; впровадження електронного врядування в Україні; цифровий маркетинг та прогресивні технології бізнес-адміністрування; гендерна рівність жінок і чоловіків; формування концепції інклюзивного розвитку та інші.

II Всеукраїнська науково-практична конференція «Економічний розвиток України в контексті впровадження прогресивних інформаційних технологій та систем управління» продовжує цикл наукових конференцій, започаткований редакцією журналу «Облік і фінанси» в рамках підтримки наукових пошуків молодих дослідників. Співорганізатором даного заходу виступає **Київський університет ринкових відносин**. Організаційний комітет висловлює щирю подяку за інформаційну підтримку кандидату економічних наук – Сові Олені Юріївні!

Зверніть увагу!!! Журнал «Облік і фінанси» регулярно проводить науково-практичні конференції, публікує результати досліджень українських і зарубіжних науковців і практиків, бере участь у громадських заходах.

Пропонуємо допомогу щодо:

- публікації статей (в т. ч. студентів) в нашому журналі та інших фахових виданнях України;
- підготовки та оформлення рукописів статей;
- підбору УДК, JEL коду, перекладу анотацій та інших метаданих на англійську, оформлення списку джерел;
- інших різноманітних питань наукової діяльності.

Наші конференції: <https://conf2018.webnode.com.ua>

Сайт журналу: <http://www.afj.org.ua>

Контакти: (097)-752-28-14 magazine@faaf.org.ua

Ми відкриті до пропозицій, співпраці та запитань студентів J

Секція І. Трансформація теоретичних засад бухгалтерського обліку та фіскального контролю

БОЙКО А.І.*, студентка,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Київський університет ринкових відносин

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Важливим елементом сучасної системи господарювання є мале підприємництво. Сектор малого бізнесу здійснює істотний вплив на економіку країн світу і виступає невід'ємним суб'єктом ринку. Проте, його розвиток в Україні стримується такими факторами як: недосконалість законодавчої бази, високий податковий тиск, недостатня фінансово-кредитна та майнова підтримка, відсутність дієвого механізму реалізації державної політики сприяння малому бізнесу. Тому у порівнянні із зарубіжними країнами суб'єкти малого підприємництва України функціонують у несприятливих умовах і в своїй діяльності стикаються з цілою низкою проблем, які потребують вирішення на різних рівнях. Найбільш вагомою серед них є необхідність удосконалення системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва.

Важливим показником, що характеризує сучасну світову ринкову економіку, є оптимальне співвідношення і взаємодія підприємств великого, середнього та малого бізнесу. Обрання Україною європейської моделі подальшого економічного зростання обумовлює необхідність розробки стратегії розвитку малого бізнесу як одного із пріоритетних напрямків.

Мале підприємництво більшості країн світу відіграє значну роль у створенні валового національного продукту, суттєво забезпечує зайнятість населення, створює конкуренцію серед товаровиробників, стимулює впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, підвищує економічний потенціал регіонів, забезпечує політичну та соціальну стабільність системи господарювання і добробут суспільства.

Незважаючи на низку прийнятих нормативних документів, розвиток малого бізнесу в Україні здійснюється у несприятливому макро- і мікросередовищі, що не дозволяє суб'єктам малого підприємництва (СМП) в повній мірі виконувати функції, які покладає на них суспільство. Динаміка показників, що характеризують розвиток СМП в Україні протягом 2010-2016 років свідчить, що кількість суб'єктів малого підприємництва в Україні постійно змінювалася,

* Науковий керівник – Сова О.Ю., к.е.н.

проте їх питома вага у загальній кількості суб'єктів господарювання, залишалася на рівні 98-99 % [4].

Обсяг реалізованої продукції малими підприємствами у 2010-2016 роках майже постійно зростає (лише у 2013 році відбулося незначне падіння), натомість кількість зайнятих працівників – зменшувалася і лише у 2016 році відбулося її незначне збільшення. Аналіз обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) малими підприємствами у 2016 р. за видами економічної діяльності показав, що пріоритетними сферами для них і надалі залишаються оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотransпортних засобів і мотоциклів (38,8 %), потім ідуть промисловість (36,2 %), сільське, лісове та рибне господарство (6,5 %), транспорт (5,8 %), будівництво (2,7 %). Аутсайдерами залишаються освіта (0,04 %) і мистецтво, спорт, розваги та відпочинок (0,08 %) [5].

Така ситуація, значною мірою, обумовлена відсутністю дієвої державної підтримки суб'єктів малого підприємства в Україні. Тоді як в більшості країн світу, цьому питанню приділяється належна увага [4].

Розвиток малого підприємництва в економічно розвинених державах забезпечується систематичною комплексною підтримкою з боку уряду. Крім того, предметом особливої уваги є система оподаткування представників малого бізнесу.

Як свідчить проведений аналіз, більшість податкових систем спрямована на полегшення податкових умов для малого та середнього бізнесу. В Україні це втілено у спрощену систему оподаткування, яка покликана захистити платників від надмірного тиску загальної системи. Вона передбачає простоту визначення бази оподаткування та розміру податкового зобов'язання, скорочення показників звітності. Проте, застосування даної системи на практиці має певні недоліки, що перешкоджають її ефективності, серед них: вузька сфера розповсюдження; незацікавленість підприємств у переході на спрощену систему оподаткування; застосування різних режимів оподаткування для фізичних та юридичних осіб; неможливість застосування спрощених процедур оподаткування для підприємств, які на незначну суму перевищують поріг за масштабами діяльності; використання платників єдиного податку для мінімізації податкових зобов'язань підприємств, які застосовують загальний режим оподаткування [1].

З урахуванням світового досвіду для усунення названих недоліків необхідно здійснити комплекс наступних заходів [6]:

- збільшити межу виручки від реалізації продукції, товарів, робіт та послуг для застосування спрощеної системи оподаткування;
- запровадити диференційовані податкові ставки залежно від бази оподаткування;
- збільшити перелік видів діяльності, для яких не застосовується спрощена система оподаткування для запобігання схемам мінімізації податкових платежів суб'єктами малого бізнесу;
- посилити штрафні санкції з покарання за порушення податкового законодавства;
- включити єдиний соціальний внесок до складу єдиного податку.

Спрощена система оподаткування найбільш дієвий напрям державної підтримки розвитку малого підприємництва в Україні. Для підвищення ефективності її застосування Україна має активно впроваджувати міжнародний досвід. Перспективи розвитку спрощеної системи оподаткування в цьому напрямку стануть предметом наступних досліджень.

Список використаних джерел:

1. Михальчинець Г. Т. Оподаткування малого бізнесу як напрям розвитку підприємництва в Україні. *Молодий вчений*, 2014. № 11 (14). С. 79–84.
2. Носань Н. С. Особливості застосування та перспективи розвитку спрощеної системи оподаткування в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 2016. Випуск 20. Частина 2. С. 45–48.
3. Пиріжок С. Є., Олійник Л. Г. Переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого бізнесу: обліковий вимір. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*, 2015. Вип. 3 (33). С. 240–256.
4. Поліщук Г. О. Державна підтримка розвитку малого підприємництва: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Актуальні проблеми державного управління*, 2017. № 1(51). С. 1–9.
5. Статистичний щорічник України за 2016 рік. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_zor_zb.htm
6. Черепанин М. І. Оподаткування суб'єктів малого бізнесу: сучасний стан та напрями реформування. *Молодий вчений*, 2016. № 12.1 (40). С. 996–1001.

ВАСИЛЬЄВА Т.С.*, студентка,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
Севєродонецький хіміко-механічний технікум
Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ

Питання запровадження міжнародних стандартів у вітчизняну облікову практику постало в Україні з моменту отримання країною незалежності та потреби побудови власної облікової системи. На нормативному рівні перехід на міжнародні стандарти був затверджений з прийняттям у 1998 році Програми реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів бухгалтерського обліку.

* Науковий керівник – Никитюк О. В., асистент кафедри «Облік і оподаткування» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.

На сьогоднішній день потреба в подальшій конвергенції вітчизняних та міжнародних облікових підходів зумовлена глобалізацією економіки та інформатизацією суспільства.

Глобалізація світової економіки в контексті гармонізації бухгалтерського обліку зумовлює підвищення мобільності капіталу і, як наслідок, потребу інвесторів у єдиних підходах до вимірювання, оцінювання та обслуговування таких інвестицій для прийняття ними обґрунтованих рішень. Глобалізація світової економіки призвела до виникнення ряду проблем, пов'язаних з подальшою уніфікацією обліку та фінансової звітності на міжнародному рівні [3].

У зв'язку з залученням України до процесів універсалізації бухгалтерського обліку необхідним є дослідження особливостей використання Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності в нашій країні, оскільки очікується, що їх використання в Україні забезпечить покращення якості фінансової звітності та подання детальнішої інформації про результати діяльності підприємств. Дослідженням питання використання Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) займалось досить велика кількість науковців, які розглядали питання гармонізації бухгалтерського обліку та фінансової звітності, а також визначення основних напрямків удосконалення бухгалтерського обліку в Україні на основі міжнародного досвіду. Однак, питання особливостей застосування МСФЗ в Україні все ще залишається недостатньо дослідженим.

Міжнародні стандарти фінансової звітності – це сукупність інформації бухгалтерського обліку, яка призначена для представлення підприємствам та особам, які зацікавлені в результатах діяльності та фінансовим станом складової звітності [2, с. 45]. Вони представляють собою ефективний інструмент підвищення прозорості та зрозумілості інформації, яка розкриває діяльність суб'єктів господарювання, створює базу для визначення доходів і витрат.

МСФЗ можна розглядати як інструмент глобалізації економіки та світових господарських зв'язків. МСФЗ, згідно з Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» – це «прийняті Радою з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку документи, якими визначено порядок складання фінансової звітності».

Сьогодні розробкою стандартів займається Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (РМСБО), яка є правонаступницею іншої організації – Комітету з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (КМСБО), який був створений 29 червня 1973 р. для забезпечення гармонізації фінансової звітності в результаті угоди між професійними організаціями таких країн, як Австралія, Канада, Франції, Німеччина, Японія, Мексика, Нідерланди, Великобританія, Ірландія, США.

У період з 1983-го по 2000 рік членами КМСФЗ були всі члени Міжнародної Федерації бухгалтерів (IFAC).

За 27 років своєї діяльності Рада (комітет) видала 41 МСФЗ, з яких сьогодні діють 35. Більшу частину діючих МСФЗ вже переглядали раніше, що сприяло поліпшенню їх якості та поширенню.

Міжнародні стандарти фінансової звітності включають стандарти та інтерпретації, прийняті Правлінням Ради з МСФЗ.

У період з 1973-го по 2001 рік стандарти готувалися і випускалися Комітетом з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, і називалися вони IAS. У квітні 2001 року Рада прийняла існуючі IAS і продовжила роботу, випускаючи новостворювані стандарти під назвою IFRS.

IFRIC – це роз'яснення від Комітету з інтерпретації міжнародної фінансової звітності. SIC – це інтерпретації від Постійного комітету з роз'яснень, що діяв раніше. Таким чином, усі ці документи є частиною міжнародних стандартів фінансової звітності.

До складу МСФЗ входять:

- Міжнародні стандарти фінансової звітності (IFRS);
- Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку (IAS);
- Роз'яснення, підготовлені Комітетом з інтерпретацій МСФЗ (IFRIC);
- Роз'яснення, підготовлені Постійним комітетом з роз'яснень, що діяв раніше (SIC).

Також існують додатки до МСФЗ, що не є частиною стандарту, і рекомендації щодо впровадження, випущені Радою з МСФЗ. Міжнародні стандарти фінансової звітності не є статичними, вони постійно вдосконалюються у міру розвитку ринків капіталу, ускладнення бізнес-процесів, появи нових господарських операцій.

Україна обрала шлях розробки національних Положень (стандартів) бухгалтерського обліку (НП(С)БО), які ґрунтуються на основних концепціях МСФЗ.

Обов'язковість впровадження МСФЗ підприємствами України була обумовлена рядом причин:

- вимога іноземних інвесторів;
- доступ до міжнародних банківських ресурсів;
- отримання інформації нового рівня про фінансове положення компанії, яку національна система звітності не дає.

В Україні існують певні суб'єкти господарювання, для яких складання фінансової звітності з повним дотриманням міжнародних стандартів вже є обов'язковим. Згідно з презентацією Міністерства Фінансів України, до таких належать:

- з 2012 р. – публичні акціонерні товариства, банківські установи, страхові компанії;
- з 2013 р. – підприємства, що надають фінансові послуги, крім страхування та пенсійного забезпечення, а також здійснюють недержавне пенсійне забезпечення;
- з 2014 р. – підприємства, котрі проводять допоміжну діяльність в сферах фінансових послуг та страхування [4].

Крім того, складати фінансову звітність за МСФЗ повинні підприємства, які застосовують міжнародні стандарти за самостійним рішенням. Всі інші суб'єкти господарської діяльності мають право складати звітність за МСФЗ у разі їх згоди.

Перехід на МСФЗ надає нові можливості як для окремих суб'єктів господарювання, так і для держави в цілому. При вирішенні всіх зазначених вище проблем суб'єкти господарювання отримують значні переваги від впровадження МСФЗ як на макро-, так і на мікрорівні.

Можна виокремити такі мікроекономічні переваги:

- зростання ринкової капіталізації;
- вихід на міжнародні ринки капіталу і зниження ціни залученого капіталу;
- можливість ефективнішого використання інформації для прийняття управлінських рішень.

До головних макроекономічних переваг належать:

- надходження іноземних інвестицій в економіку країни;
- більша прозорість звітності вітчизняних компаній і, як наслідок, покращання іміджу бізнесу за кордоном;

- глибша інтеграція національної економіки у світову господарську систему;
- підвищення якості статистичної інформації і можливість її порівняння [5].

На рівні окремого суб'єкта господарювання використання фінансових звітів, складених за міжнародними стандартами, має ряд переваг:

1. Об'єктивність, зіставність та відповідність потребам користувачів фінансових звітів, складених за міжнародними стандартами;
2. Задоволення потреб користувачів фінансової звітності;
3. Полегшення процесу гармонізації стандартів шляхом зіставності і прозорості, незалежно від країни або галузі;
4. Сприяння підвищенню довіри і зрозумілості серед іноземних користувачів;
5. Доступ до міжнародних ринків капіталу [1].

Отже, на даному етапі розвитку бухгалтерського обліку для української облікової практики гармонізація представляє собою використання МСФЗ як бази для створення власних, національних стандартів та поступовий, повний перехід до МСФЗ.

Список використаних джерел:

1. Голобородько Т. В. Використання міжнародних стандартів фінансової звітності у зарубіжних країнах. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5293>.
2. Голов С. Міжнародні стандарти фінансової звітності: удосконалення та застосування. *Бухгалтерський облік та аудит*. 2007. № 11. С. 43–58.
3. Корчак В. С. Переваги складання фінансової звітності за міжнародними стандартами. URL: <http://konf.amsfo.com.ua/perevagi-skladannya-finansovoi-zvitnosti-za-mizhnarodnimi-standartami/>
4. Лісничий К. М. Гармонізація бухгалтерського обліку та фінансової звітності: сутність та шляхи досягнення. *Вісник ЖДТУ*. № 2(40). С.108-117.
5. Нормативно-методичне забезпечення бухгалтерського обліку в умовах застосування міжнародних стандартів фінансової звітності / за заг. ред. Л. Г. Ловінської. Київ: ДННУ «Акад. фін. управління», 2013. 294 с.

ВІТЮК Т.І., студентка 4 курсу,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
Київський національний університет технологій та дизайну

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ЯК УНІВЕРСАЛЬНА МОВА БІЗНЕСУ

На сьогоднішній день розвиток глобального бізнесу обумовлює трансформацію інформаційних очікувань системи фінансового управлінського контролю в контексті адаптації такої системи до посилення загального рівня турбулентності, хаотичності та нестабільності бізнес-процесів. Причинами таких змін є, зокрема, розвиток інформаційних технологій та мережовості в економіці, інтеграція й глобалізація.

Теоретичні та методологічні засади трансформації облікової системи в умовах хаотичного структурування економіки було розвинуто з позиції застосування синергетичного підходу. З позиції використання бухгалтерського обліку як інформаційного джерела для фінансового управлінського контролю доцільно спиратися на такий підхід, який уможливило врахування саме потенційних вимог користувачів. При цьому необхідно проаналізувати елементи методу бухгалтерського обліку, зокрема подвійний запис та рахунки, щодо адекватності інформаційним потребам підсистеми фінансового управлінського контролю в частині проведення контрольних процедур.

Система управління потребує облікової інформації в аспекті відносин з державою (як на фінансовому рівні, так і на економічному та соціальному рівнях). Особливої уваги заслуговує інформаційне забезпечення як системи менеджменту щодо контрагентів (клієнтів та постачальників), так і останніх щодо підприємства. У точці перетину усіх інтересів користувачів облікової інформації формується функція бухгалтерського обліку, інакше кажучи саме врахування інтересів осіб, що пов'язані з суб'єктами господарчої діяльності забезпечує формування ефективної функціональної системи.

Найбільш поширеним підходом є відокремлення інформаційної, аналітичної, оцінювальної та контрольної функцій бухгалтерського обліку.

При побудові інформаційної системи компанії з огляду на її застосування як інформаційного джерела фінансового управлінського контролю необхідно визначитися з порядком реєстрації інформації про діяльність підприємства на рахунках бухгалтерського обліку.

Особливої уваги заслуговують рахунки та подвійний запис, оскільки ці елементи методу бухгалтерського обліку формують бухгалтерський облік як мову бізнесу. В цьому напрямі слід спиратися на підхід Соколова Я. В., який зазначає, що розгляд бухгалтерського обліку як мови знаків та правил їх використання, що створена для заміни реальних об'єктів їх символами, які дозволяють описати господарчу діяльність та її результати [3, с. 13].

Під цим кутом зору логічним є стверджувати, що, як будь-яка мова, бухгалтерський облік повинен мати:

- свої символи та знаки;
- правила використання символів та знаків.

Символами та знаками в обліку виступають відповідні бухгалтерські рахунки, що розглядаються у формі двосторонніх таблиць, призначених для ведення поточних записів господарських операцій [4, с. 33]. Використання рахунків бухгалтерського обліку забезпечує систематичне спостереження, групування та поточне відображення облікової інформації щодо стану і руху господарських засобів та джерел їх утворення.

Взаємозв'язок відображення і контролю кожної господарчої операції одночасно на двох рахунках за одною сумою досягається шляхом застосування подвійного запису, який виступає як окреме правило використання символів та знаків. Таким чином, система бухгалтерського обліку з подвійним записом (double entry bookkeeping [5, с. 227]) уявляє собою систему обліку операцій (transaction), при якій кожна операція записується у балансі (balance sheet), тобто двічі, що забезпечує збереження рівняння активів та пасивів у балансі.

Тому важливим методологічним питанням використання бухгалтерського обліку для комплексної побудови сучасної інформаційної системи компанії є встановлення правил використання бухгалтерських рахунків, серед яких можна відокремити розробку системи рахунків бухгалтерського обліку.

Оскільки бухгалтерський облік розглядається як мова, необхідно ґрунтуватися на складових семіотики (вчення про знаки): синтаксисі, семантики та прагматики.

Так, синтаксис визначає відношення між знаками. В застосуванні до бухгалтерського обліку необхідно визначати відношення між бухгалтерськими рахунками – встановити можливу кореспонденцію рахунків та логічний взаємозв'язок між ними.

Розробка семантичної складової потребує чіткого окреслення значення кожного бухгалтерського рахунку. Тобто необхідно сформулювати назви рахунків та їх призначення, класифікацію облікової інформації в розрізі об'єктів обліку.

Прагматика в аспекті побудови бухгалтерського обліку передбачає встановлення єдиних правил практичного застосування рахунків з метою досягнення згоди між користувачами та системою бухгалтерського обліку щодо розуміння та інтерпретації облікової інформації. На цьому етапі визначаються кількісні та якісні умови обліку інформації на бухгалтерських рахунках.

При розробці системи бухгалтерських рахунків на підприємстві необхідно враховувати існуючі обмеження та можливості, встановлені на законодавчому рівні країною, в якій діє відповідний суб'єкт господарювання.

Призначення та порядок ведення рахунків бухгалтерського обліку для узагальнення засобом подвійного запису інформації про наявність і рух активів, капіталу, зобов'язань та факти господарської діяльності підприємств, організацій і інших юридичних осіб незалежно від форм власності, організаційно-правових форм і видів діяльності регламентується в Україні Інструкцією «Про застосування Плану бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій» [6]. Таким чином можна констатувати, що побудову системи бухгалтерських рахунків в

Україні необхідно розробляти виходячи з діючого та законодавчо регламентованого вітчизняного Плану рахунків. Це передбачає, що контитування документів первинного обліку, ведення регістрів бухгалтерського обліку здійснюється із застосуванням, щонайменше, коду класу й коду синтетичного рахунку. На законодавчу рівні в Україні підприємствам дозволено самостійно затверджувати додаткову систему рахунків і регістрів аналітичного обліку [7].

Проведене дослідження вітчизняної законодавчої та нормативної бази щодо цього питання свідчить, що вказаними документами передбачене використання як автономного, так і інтегрованого підходу в залежності від конкретних потреб підприємства в управлінській інформації. Зокрема, Планом рахунків, діючим в Україні, передбачене ведення за власним рішенням підприємств рахунків класу 8 «Витрати по елементах». Використання винятково даного класу рахунків з метою надання управлінської інформації керівництву підприємства припускає можливість застосування інтегрованого підходу до структури Плану рахунків, при цьому використовується інтегрована система рахунків бухгалтерського обліку.

Таким чином, побудова інтегрованої системи бухгалтерських рахунків погоджується з вимогами діючого законодавства і рекомендується для використання вітчизняними підприємствами як така, що дозволяє формувати облікову інформацію з найбільшим рівнем врахування інформаційних потреб фінансового управлінського контролю.

При розробці робочого плану рахунків суб'єкта господарювання необхідно виходити із визначених обмежень. При цьому, одним з основних критеріїв створення системи рахунків бухгалтерського обліку повинен бути взаємозв'язок між інформаційними потребами користувачів облікової інформації, якими виступають, зокрема, суб'єкти фінансового управлінського контролю компаній.

Список використаних джерел:

1. Кузнецова С. А., Кузнецов А. А. Фінансова система, управлінський облік і контроль майбутнього: теорія хаосу та інформаційна асиметрія. *Економічний Нобелевський вісник*. 2016. № 1 (9). С.129-137.
2. Пшик Б. Фінансоміка як новітній напрям економічної науки: сутність, передумови виникнення, особливості прояву. *Вісник НБУ*. 2013. № 7. С. 55-61.
3. Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета. М.: Финансы и статистика, 2000. 496 с.
4. Антипят В. В. Основы бухгалтерского учета. Ростов-на-Дону; «Феникс», 1998. 320 с.
5. Райсс Энтони. Бухгалтерский учет и отчетность без проблем. М.: «Инфра – М», 1997. XIV, 242 с.
6. Інструкція по застосуванню Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>
7. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-1>

ГАВРИЛЮК О.О., к.е.н.,
доцент кафедри обліку і аудиту,
Луцький національний технічний університет

ПЛАТА ЗА ЗЕМЛЮ ЯК РЕГУЛЯТОРНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФІСКАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Плата за землю у вітчизняній практиці оподаткування є складовою майнового податку. До 2015 року її було включено до системи загальнодержавних податків в частині рентних платежів. Не зважаючи на невелику питому вагу у структурі надходжень до бюджету, плата за землю має великий потенціал з точки зору регуляторної функції системи оподаткування в Україні. Важливим є економічне обґрунтування усього механізму справляння земельних платежів: від визначення нормативної грошової оцінки земель, встановлення об'єкта і суб'єкта платежів, окреслення кола пільгових категорій платників до визначення діапазону ставок та порядку їх сплати.

Основоположною базою адміністрування плати за землю є національні Податковий, Земельний та частково Цивільний кодекси. Аналіз законодавчої бази дає чітке бачення складових земельної плати. Її платниками є не лише власники земельних ділянок чи земельних паїв, а й постійні землекористувачі та орендарі. Об'єктами оподаткування визначено земельні ділянки, що перебувають у власності або користуванні, земельні частки (паї), якими володіють платники земельного податку, земельні ділянки, надані в оренду.

З точки зору бухгалтерського обліку існують деякі неточності при формуванні нормативних положень щодо стягнення плати за землю. Так, згідно податкового кодексу України плата за землю, яку апріорі визначено одним із видів майнового податку поряд із податком на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки та транспортним податком, включає дві автономні складові:

- 1) земельний податок, який має фіксовані ставки, визначену форму звітності, строки сплати;
- 2) орендна плата за землю державної і комунальної власності, сума якої не може бути меншою ніж ставка земельного податку з землі відповідного цільового призначення (рис. 1).

Взаємозв'язок цих двох складових простежується і в єдиній для них формі податкової звітності – декларації з плати за землю. Але у зв'язку з тим, що у фіскальних органах відкривають окремі інтегровані картки платника для обліку земельного податку та орендної плати за землю, технічної можливості подати одну декларацію по оренді та земельному податку платник не має. Це спричинено не лише різною їх класифікацією у системі бюджетних рахунків, а й суттєво відмінними підходами до визначення категорій податку та орендної плати. Тому платник земельного податку, який також має земельні ділянки надані йому в оренду відповідними органами виконавчої влади чи органами місцевого самоврядування, вимушений подавати окремо податкову декларацію по земельному податку та окремо по орендній платі за земельні ділянки державної та комунальної власності.

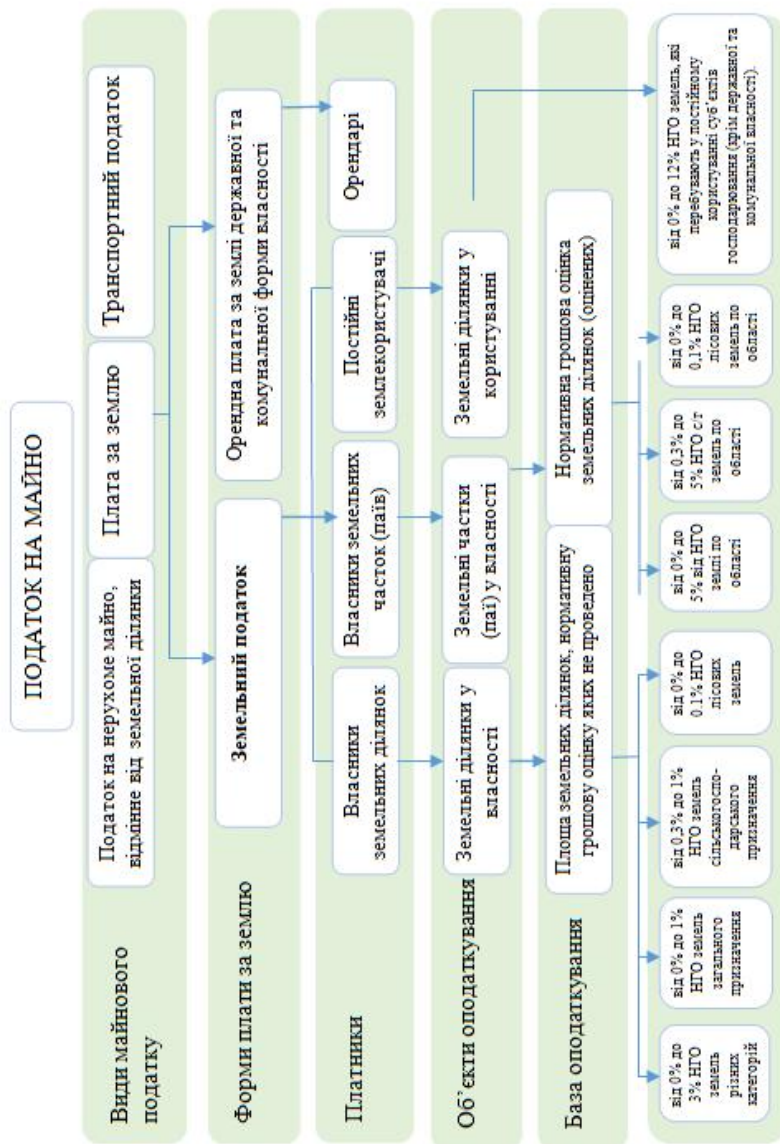


Рис. 1. Місце земельного податку у фіскальній системі України

Окрім того, при визначенні переліку виникає запитання щодо категорії «постійні землекористувачі», адже у Земельному кодексі України у статті 92 наводиться вичерпний перелік таких землекористувачів, до числа яких віднесли: юридичних осіб державної та комунальної власності; організації, які утворені особами з інвалідністю, релігійні організації, підприємство залізничного транспорту, заклади освіти та ОСББ. Таким суб'єктам господарювання надається безстрокове право користування землею для здійснення своєї діяльності. Проте, в умовах централізації, коли надходження від земельних платежів надходять до місцевих бюджетів, виникає дисбаланс. Підприємства державної форми власності, які розміщені на відповідній території органу місцевого самоврядування, не сплачують ні орендної плати ні податку як постійні землекористувачі. У міжнародному земельному законодавстві існує така практика, коли визначена плата стягується не лише з приватних, а й з державних підприємств, що забезпечує паритет у розподілі державних коштів і надходжень громади.

Дискусійним є питання визначення податкових ставок для власників і користувачів землі. Місцеві органи влади на основі власного судження визначають норми оподаткування залежно від того, чи визначена нормативна грошова оцінка ділянок. Але поряд із декларуванням обов'язковості застосування земельного податку у Податковому кодексі прописано можливість використання нульової ставки податку для усіх земель, окрім сільськогосподарських. Це призводить до суттєвих корупційних ризиків та пошуку власної вигоди при прийнятті рішень місцевими посадовцями щодо ставок оподаткування земельним податком.

З огляду на вище наведені аргументи, вважаємо за доцільне розглянути можливість і переваги зміни порядку адміністрування плати за землю шляхом розподілу двох її складових: земельного податку і орендної плати. Доцільно вважати видом майнового податку лише земельний податок, а регулювання процедур оренди і постійного користування земельними ділянками колективної і державної власності перевести у розпорядження місцевих виконавчих органів влади та органів місцевого самоврядування. Нижню межу шкали ставок оподаткування земельним податком варто встановити відмінною від нуля, адже пільгові категорії платників земельного податку визначені у Податковому кодексі України.

Список використаних джерел:

1. Бурлака Р. Возненко І., Мартинюк О. Земля у власності: обов'язки та права. Вісник: офіційно про податки. 2017. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100006113-zemlya-u-vlasnosti-obovyazki-ta-prava>
2. Земельний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>
3. Даугуль В. Землі у постійному користуванні громадян: вилучати чи ... Місцеве самоврядування. 2018. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/ms/2018/october/issue-10/article->

39925.html?utm_expid=.7YZnTvPwQKWpt2vl0yesRw.0&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

4. Податковий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#n6340>
5. Раделицький Ю. О., Галамай Р. Я., Симанич Н. Б. Імплементация досвіду ефективного адміністрування майнових податків розвинених країн у вітчизняну практику. *Економіка та держава*. 2019. №1. С. 68–72.

ГАЙДУЧОК Т.С., к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту,
Житомирський національний агроекологічний університет

ДМИТРЕНКО О.М., к.е.н., старший викладач
кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту,
Житомирський національний агроекологічний університет

РОЛЬ І МІСЦЕ ЗВІТУ ПРО УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ОБЛІКОВИХ ПІДХОДІВ

Процеси глобалізації та євроінтеграції відкривають нові можливості для вітчизняних підприємств, і, водночас, ставлять нові вимоги щодо дотримання положень концепції сталого розвитку економіки, та актуалізують потребу у трансформації існуючих видів, концепцій та систем бухгалтерського обліку.

Ключовим трендом у розвитку бухгалтерського обліку у цьому зв'язку можна назвати інтеграцію фінансового та нефінансових видів обліку і звітності в межах парадигми обліку, звітності й аудиту сталого розвитку [1, с. 83]. В умовах сталого розвитку перед системою управління підприємством постають стратегічні і тактичні завдання щодо координації не лише економічної, але і екологічної та соціальної складової бізнесу, а тому особливі вимоги ставляться і до облікової системи та системи звітності з позиції належного і повного забезпечення достовірною фінансовою та нефінансовою інформацією стейкхолдерів.

Законодавством України, відповідно до імплементації положень Директиви 2013/34/ЄС, передбачено складання нової форми звітності – Звіту про управління [2]. Законом обґрунтовано, що він повинен містити фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкривати основні ризики і невизначеності його діяльності. Також зазначено, що Звіт про управління подається разом із фінансовою звітністю, тобто є окремим, відмежованим від фінансової звітності, звітом.

Разом з тим, у Директиві 2013/34/ЄС чітко вказано, що Звіт про управління є елементом фінансової звітності (financial reporting) [3]. Згідно з Положенням з практики «Коментар керівництва: основи для представлення» (Practice Statement

Management Commentary: A framework for presentation) Звіт про управління є описовим звітом, що забезпечує інформацією про фінансовий стан, фінансові показники та грошові потоки суб'єкта господарювання ... та є важливим доповненням до фінансової звітності (financial statements) [4]. Також, в зазначеному Положенні сказано, що Звіт про управління знаходиться у межах фінансової звітності (financial reporting) підприємства, оскільки відповідає визначенню «інша фінансова звітність» (other financial reporting), що зазначено у параграфі 7 Передмови до Міжнародних стандартів фінансової звітності.

Із вище зазначеного випливає, що в міжнародній практиці використовуються два терміни «financial reporting» та «financial statements», які у вітчизняній практиці ототожнені та перекладені як «фінансова звітність». Як вірно підкреслює А. Озеран, така термінологічна неточність виникла внаслідок того, що ані в Концептуальній основі фінансової звітності, ані в самих МСФЗ і тим більше в Директиві 2013/34/ЄС не наводиться визначення понять «financial reporting», «financial report(s)» [5, с. 3].

Відповідно під термін «financial statements», який доцільно перекласти як «фінансові звіти (декларації)», які є нормативно регламентованими, підпадають 5 основних форм звітності, які передбачені МСФЗ: Звіт про фінансовий стан (баланс), Звіт про прибутки і збитки (Звіт про фінансові результати), Звіт про рух грошових коштів, Звіт про власний капітал та Примітки до фінансових звітів. Термін «financial reporting», який доцільно перекласти як «фінансова звітність», або, як зазначає А. Озеран, «фінансове звітування», є ширшим і включає також інші звіти, зокрема Звіт про управління. Отже, Звіт про управління є частиною фінансової звітності суб'єктів звітування поряд із фінансовими звітами (деклараціями).

Звіт про управління, а правильніше було б назвати його Звіт керівництва чи Коментар керівництва, що є більш коректним та відповідає правильному перекладу, призначений надати справедливий огляд розвитку підприємства та його стану, який відповідав би розміру і складності бізнесу. Інформація Звіту не повинна обмежуватися фінансовими аспектами діяльності підприємства, вона повинна включати також аналіз екологічних та соціальних аспектів діяльності підприємства, необхідних для розуміння розвитку, результатів діяльності або стану підприємства [3].

Відповідно до Положення [4] основною метою Звіту про управління є: забезпечення користувачів фінансової звітності узагальноною (інтегрованою) інформацією, яка забезпечує контекст відповідних фінансових звітів. Така інформація розкриває думку керівництва не лише про те, що сталося, включаючи позитивні і негативні обставини, а й пояснює їх причини та можливі наслідки; доповнення та укомплектування фінансових звітів, надаючи узагальнюючу інформацію про ресурси і зобов'язання суб'єкта господарювання, а також про ресурси, операції та інші обставини, що приводять до їх змін; пояснення основних тенденцій і факторів, що можуть вплинути на майбутню діяльність суб'єкта господарювання, його стан та розвиток.

У вітчизняному законодавстві сьогодні є незначна кількість нормативних документів, які регламентують порядок складання і подання Звіту про

управління. Згадка про нього є у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [2] та Порядку подання фінансової звітності [6]. Але зазначені нормативні документи не встановлюють чіткої регламентації його змісту, форми, порядку складання та подання. На сьогодні фактично єдиним «роз'яснювальним» документом є Методичні рекомендації зі складання звіту про управління Міністерства фінансів України [7], хоча він не достатньо деталізований також.

Основними користувачами інформації Звіту є дійсні та потенційні інвестори, кредитори як основні постачальники додаткових фінансових ресурсів, але, на нашу думку, він також є важливим інформаційним ресурсом для ширшого кола користувачів, завдяки тому, що:

1. Окреслює стратегічні показники підприємства для оцінки та контролю ефективності його діяльності. Так, фінансова звітність дотепер не включала такі показники, а для того, щоб оцінити ефективність необхідно було додатково проводити фінансовий аналіз показників.

2. Дозволяє користувачам краще зрозуміти позицію підприємства на ринку та тенденції зростання. Така інформація надає можливість проводити порівняльні оцінки основних конкурентів та зосередитись на обраній або ж перебудувати свою стратегію.

3. Інформація Звіту встановлює цільові орієнтири операційної і фінансової діяльності та слугує базою для планування і прогнозування як на рівні галузі, так і на державному рівні.

4. Посилює комунікації серед партнерів, інвесторів, клієнтів, які є користувачами облікової інформації для прийняття управлінських рішень.

5. Інформація Звіту ілюструє можливості та потенційні загрози розвитку, а отже для держави це може бути сигналом для своєчасного реагування на певні ситуації та зміни.

6. Дає можливість висвітлити інформацію (зокрема нефінансову: екологічні та соціальні аспекти, ризики та невизначеності), що є стратегічно важливою для підприємства, але не знайшла відображення у передбачених формах звітності.

Основними принципами, на яких має ґрунтуватись представлення інформації у Звіті про управління визначені:

- «бачення керівництва» (management's view) – дозволяє користувачам Звіту побачити діяльність підприємства з позиції керівництва, краще зрозуміти ризики суб'єкта господарювання, стратегії управління ризиками; як ресурси, що не представлені у фінансових звітах можуть вплинути на діяльність суб'єкта господарювання; як нефінансові чинники вплинули на інформацію, представлену у фінансових звітах;

- «доповнення та укомплектування інформації фінансових звітів» – інформація Звіту про управління повинна доповнювати фінансові звіти поясненнями сум, що представлені у звітах, а також умов і подій, які сформували ту інформацію;

- «орієнтація на майбутнє» – Звіт повинен надавати інформацію про перспективи діяльності суб'єкта господарювання, не передбачаючи майбутнє, а

визначаючи цілі та стратегії їх досягнення, надаючи прогнози та пояснювальну інформацію [4].

З метою забезпечення корисності для користувачів, інформація Звіту про управління повинна відповідати певним вимогам. На нашу думку, основними вимогами до інформації Звіту про управління мають бути: 1) актуальність та достовірність; 2) зрозумілість та обґрунтованість; 3) достатність та оптимальність; 4) структурованість та візуалізація; 5) зіставність та порівнюваність.

Таким чином, Звіт про управління є важливою складовою фінансової звітності, оскільки окреслює перспективи діяльності підприємства, посилює комунікації серед партнерів, інвесторів, клієнтів, ілюструє можливості і потенційні загрози розвитку та дає можливість висвітлити інформацію, що є стратегічно важливою для підприємства, але не знайшла відображення у передбачених формах звітності.

Список використаних джерел:

1. Макаренко І. О. Інтеграція сучасних видів та концепції бухгалтерського обліку для цілей сталого розвитку. *Фінансовий простір*. 2017. №1 (25). С. 83–88
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 07 лип. 1999 р. № 996 / Верх. Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
3. Директива Європейського Парламенту та Ради «Про річну фінансову звітність, консолідовану фінансову звітність та пов'язані звіти деяких видів підприємств, що вносить зміни до Директиви 2006/43/ЄС Європейського Парламенту та Ради що припиняє дію Директив Ради 78/660/ЄЕС та 83/349/ЄЕС» № 2013/34/ЄС від 26 черв. 2013 р. URL: <http://www.apu.com.ua>
4. IFRS Practice Statement «Management commentary: a framework for presentation»: International Accounting Standards Board (December, 2010). URL: https://muhariefeffendi.files.wordpress.com/2016/09/ps01_121_ifrs-practice-statement-management-commentary-a-framework-for-presentation.pdf
5. Озеран А. Звіт керівництва vs Звіт про управління: проблеми відповідності Закону про бухгалтерський облік та світової практики. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2017. № 10-11. С. 2–12.
6. Про затвердження Порядку подання фінансової звітності: Постанова КМУ від 28.02.2000 р. № 419. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/419-2000-%D0%BF>
7. Про затвердження Методичних рекомендацій зі складання звіту про управління: Наказ МФУ від 07.12.2018 р. № 982. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/card/v0982201-18>

ГЕРИШ С.В.*, *магістрант,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»*

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПІДПРИЄМСТВА

На періоді сучасного становлення економічних зв'язків між господарюючими суб'єктами систематичне збільшення поточних зобов'язань підприємства, часто призводить до зниження фінансової стійкості та втрати можливості вільного використання власних коштів, що накладає свій відбиток на платоспроможність. Саме у цих умовах перед підприємствами, які надають послуги, досить часто постають питання щодо обґрунтованості виникнення заборгованості, недопущення прострочення термінів її погашення або доведення заборгованості до стану безнадійної, правильного та достовірного її відображення в бухгалтерському обліку і звітності, а також здійснення контролю за виникненням і погашенням зобов'язань тощо.

Поняття зобов'язання прийнято асимілювати з поняттям кредиторської заборгованості, що принципово обмежує наповнюваність його змісту. В бухгалтерському обліку зобов'язання – заборгованість підприємства, яка виникла внаслідок минулих подій і погашення якої в майбутньому, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють у собі економічні вигоди [1]. Фактично, зобов'язання є джерелом формування як основного так і оборотного капіталу підприємства на забезпечення його операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. У майбутньому зменшення зобов'язань призводить до зменшення активів, а їх збільшення – до приросту ресурсів на забезпечення господарської діяльності. Таким чином, зобов'язання – це частка оперативної участі у капіталі підприємства інших суб'єктів господарського процесу. Наявність зобов'язань з одного боку збільшує наявність ресурсів у складі майна а з іншого зменшує питому вагу власних джерел фінансування в складі загального капіталу підприємства.

У цивільному та господарському праві зобов'язання виникає з договору, незалежно від того, чи відбулися вже певні дії щодо його виконання. В обліку в момент підписання договору зобов'язання не відображається. Тобто, в обліку відображаються тільки ті зобов'язання, які виникають з виконання договорів, але зовсім не з самих договорів. Трактують зобов'язань в П(С)БО 11 ґрунтується відразу на трьох стандартах з міжнародної практики МСБО 1 “Подання фінансових звітів”, МСБО 32 “Фінансові інструменти: розкриття та подання”, МСБО 37 “Забезпечення, непередбачені зобов'язання та непередбачені активи”. Однак, судження про те, що зобов'язання можуть виникати не тільки з договорів або законів, але й у результаті добровільного

* Науковий керівник – Гнатюк Т. М., к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту, ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

прийняття на себе зобов'язань з метою підтримання добрих ділових стосунків з партнерами або намагання вчинити за справедливостю в національному стандарті не згадується [2]. Крім того, національним стандартом не передбачено визнання подій, що зобов'язують; юридичного зобов'язання; конструктивного (фактичного, традиційного) зобов'язання та теперішньої заборгованості. Також в питання оцінки не розглядається поняття достовірної оцінки зобов'язання та найкраща оцінка видатків, необхідних для погашення теперішньої заборгованості на дату балансу. Немає у міжнародній практиці і поділу зобов'язань на довго- та короткострокові. Визнаються лише фактичні зобов'язання, тобто ті, які виникають з договорів, контрактів або на основі законодавства і їх вартість можна точно визначити.

Погашення зобов'язань здійснюється в результаті проведення розрахункових операцій. При чому для обліку зобов'язань за товари, роботи, послуги з метою оподаткування необхідно визначити методи оцінки зобов'язань в операціях пов'язаних сторін, що пов'язано з:

- обґрунтування податкового кредиту з податку на додану вартість, що утворюється внаслідок придбання матеріальних цінностей (робіт, послуг);
- обґрунтування величини витрат, що впливають на величину об'єкта оподаткування податком на прибуток.

Відображення в обліку інформації про зобов'язання за виконані роботи (послуги) здійснюється на підставі актів приймання-передачі виконаних робіт. Первинні документи, що оформляються при оплаті заборгованості за товари (роботи, послуги), залежать від форми розрахункових операцій. Погашення заборгованості може бути шляхом безготівкових або готівкових розрахунків.

При розрахунках з покупцями і замовниками складаються такі документи, як: накладні, рахунки – фактури, акти прийняття робіт і послуг.

Синтетичний облік розрахунків з покупцями ведеться на рахунку 36 “Розрахунки з покупцями і замовниками”. Цей рахунок активний, балансовий, призначений для обліку розрахунків. На ньому відображається вся узагальнена інформація про розрахунки з покупцями та замовниками, про відвантажену продукцію, товари, виконані роботи та надані послуги.

Особливістю відображення в обліку заборгованості за розрахунками з постачальниками і підрядниками є те, що укладення договорів постачання, купівлі-продажу, підряду тощо зумовлює виникнення юридичного зобов'язання, яке ніяк не відображається на рахунках бухгалтерського обліку та в балансі. Таке зобов'язання почне відображатися в обліку лише після того, як суб'єкти господарювання перейдуть до виконання взятих на себе обов'язків і зобов'язання буде відповідати критеріям його визнання відповідно до П(С)БО 11 “Зобов'язання” [3].

Крім того, підсиленням системи прийняття управлінських рішень у напрямку підвищення ефективності використання ресурсів підприємства є побудова економіко-математичної моделі багатофакторного мультиплікатора оборотності оборотних активів, яка б дозволила встановити рівень причинно-наслідкових зв'язків між незалежними і залежними змінними у переліку яких необхідно врахувати вплив фактичних та умовних зобов'язань [4].

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» № 996-XIV від 16.07.99 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
2. Михайлишин Н. П. Сутність зобов'язань та їх класифікація: економічний та правовий аспекти. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 2(3). С. 130-135.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.01.2000 р. № 20. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00>
4. Shkromyda V. V., & Gnatiuk T. M. (2018). Using the Multi-Factor Multiplier of Turnover of Current Assets in Management of Enterprise's Competitiveness. *Business Inform*, 2(481), 191-196.

ГЛАДІЙ Х.І., магістрант,
 спеціальність «Облік і оподаткування»,
 ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність господарської діяльності підприємства залежить від правильного впорядкування бухгалтерського обліку та налагодження потоків інформації з метою задоволення запитів користувачів. Це потребує періодичного вдосконалення управлінського та фінансового обліку, особливо в частині генерування інформації про витрати, доходи і фінансові результати.

Встановлено, в спеціалізованій економічній літературі налічується різноманітне трактування сутності «фінансовий результат» господарюючого суб'єкта. Така багатогранність пояснюється наявністю різних підходів та поглядів вчених-економістів щодо розуміння сутності, класифікаційного поділу, процесу обчислення, напрямків використання та призначення (табл. 1).

Таблиця 1

Розуміння сутності «фінансові результати» окремими науковцями

№ з/п	Науковець	Сутність поняття
1	Бутинець Ф.Ф. [2, с. 325]	Прибуток або збиток організації. Співставлення доходів та витрат підприємства відображених у звіті
2	Загородній А.Г. Вознюк Г.Л. [3, с. 110]	Різниця між доходами та витратами підприємства чи його окремого підрозділу за певний час. Приріст чи зменшення вартості власного капіталу підприємства внаслідок діяльності у звітному періоді.
3	Борисов А.Б. [1, с. 453]	Підсумки господарської діяльності підприємства або його підрозділів, приріст (зменшення) вартості власного капіталу (визначаються шляхом співставлення витрат з отриманими доходами).
4	Скалюк Р.В. [9]	Якісний та кількісний показник результативності господарської діяльності підприємства.

Виходячи з нормативно-правової бази, визначено, що сутність «фінансові результати» підприємства детально не розглядається, проте приділяється детальне пояснення понять «доходи» та «витрати» діяльності підприємства, які є вихідними даними для проведення розрахунку результативності господарювання. Адже відомо, правильність формування фінансового результату є одним із принципів і правил бухгалтерського обліку, обов'язкового дотримання яких вимагає законодавча база, зокрема: концептуальні основи складання та подання фінансових звітів [5], міжнародні стандарти фінансової звітності [6], Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [4], Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку [7] тощо.

Однією з важливих сторін організації аналітичного обліку фінансових результатів на підприємстві вважається добре підготовлена і проведена їх класифікація задля забезпечення усебічного задоволення інформаційних потреб системи управління господарюючим суб'єктом. Згідно НПСБО запроваджено певну класифікацію, яка включає [7]: валовий прибуток, фінансовий результат від операційної діяльності, фінансовий результат до оподаткування, прибуток від припинення діяльності після оподаткування, чистий фінансовий результат, інший сукупний дохід до оподаткування, інший сукупний дохід після оподаткування і сукупний дохід. У цьому контексті погоджуємось з думкою Сарапіної О., яка вважає, що класифікація фінансових результатів, в першу чергу, необхідна для прийняття виважених рішень зовнішніх і внутрішніх користувачів, а тому повинна мати певні ознаки раціональності отриманої інформації [8].

Визначено, у спеціалізованій економічній літературі виділяють два підходи до визначення фінансового результату підприємства, а саме:

- метод порівняння доходів та витрат – полягає в тому, щоб визначити який саме прибуток (збиток) отримано згідно принципу нарахування та відповідності доходів та витрат;

- метод порівняння капіталу – визначається, як саме змінився капітал підприємства протягом року, тобто визначають різницю капіталу на кінець року з початком року. Якщо за результатами звітного періоду капітал збільшився, то підприємство отримало прибуток, якщо навпаки – то збиток.

Таким чином, для визначення фінансового результату за звітний період необхідно порівнювати доходи, які отримані в цьому періоді, з витратами, які понесені для отримання цих же доходів. Для забезпечення організації і ведення аналітичного обліку, вважаємо, фінансові результати слід формувати в розрізі видів діяльності, сегментів ринку, цільовою аудиторією споживачів тощо.

Також важливим в умовах мінливого ринкового середовища є забезпечення зі сторони керівництва підприємства прозорості, доступності та публічності відображення результатів господарювання для ключових контактних груп та зацікавлених сторін [10]. Адже відомо, такий підхід дозволить заслужити довіру основних стейкхолдерів, сформувати серед них добру репутацію та вибудувати високий рівень лояльності потенційних споживачів.

Список використаних джерел:

1. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. М.: Книжный мир, 1999. 895 с.
2. Бутинець Ф. Ф. Економічний аналіз: навч. посіб. Житомир: Рута, 2003. 680 с.
3. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Фінансово-економічний словник. К.: Знання, 2007. 1072 с.
4. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
5. Концептуальна основа фінансової звітності. Прийнята 01 вересня 2010 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_009/page
6. Міжнародні стандарти фінансової звітності (International Financial Reporting Standards). URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_010
7. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
8. Сарапіна О., Кутищенко Я. Вдосконалення обліку фінансових результатів. Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Інститут бухгалтерського обліку і аудиту в Україні, контроль та аналіз в умовах глобальних економічних змін». – 2014. URL: http://sophus.at.ua/publ/2014_04_17_18_kampodilsk/sekcija_2_2014_04_17_18/vdoskonallennja_obliku_finansovikh_rezultatuv/52-1-0-896.
9. Скалюк Р. В. Сутність і значення фінансових результатів у системі розвитку господарської діяльності промислових підприємств. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal1/natura1/npkntu_e
10. Шкроміда В. В., Гнатюк Т. М., Шкроміда Н. Я. Проблемні аспекти обліку і аналізу ділової репутації господарюючого суб'єкта. Колективна монографія «Актуальні питання обліку, аналізу і аудиту: теорія та практика». За ред. проф. Атамас П.Й. Дніпропетровськ: ФОП Дробязко С.І., 2014. Том 1. С. 207-214.

ЄЛАНСЬКА Н.О., *магістрант,
спеціальність «Фінансово-економічна безпека»,
Донецький національний технічний університет*

**ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДИКИ ПОГЛИБЛЕНОЇ ОЦІНКИ
ФІНАНСОВОГО СТАНУ НЕПЛАТОСПРОМОЖНОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

Постійне спостереження стану зовнішнього і внутрішнього середовища будь-якого суб'єкта господарювання допомагає виявити його «слабкі сигнали», які призводять до зниження фінансово-економічної безпеки підприємства.

Головне завдання управління підприємством виявляється у своєчасній і якісній діагностиці, а також у профілактичній роботі. Така робота проводиться у декілька етапів:

- 1) аналіз фінансового стану підприємства;
- 2) своєчасне виявлення причин і факторів, які призводять до розвитку кризових ситуацій;
- 3) виявлення ознак майбутньої кризи.

Тому важливішим аспектом діяльності підприємства є аналіз усіх факторів кризи, які можуть спричинити загрози підприємству, а також проведення їх оцінки і розробка заходів щодо їх настання.

Важливим аспектом якісного управління підприємством є проведення його фінансового аналізу, який являю собою метод оцінки і прогнозування фінансового стану підприємства на основі його бухгалтерської звітності [1].

Існує два види фінансового аналізу:

- 1) внутрішній аналіз – аналіз, який проводиться працівниками підприємства (фінансові менеджери);
- 2) зовнішній аналіз – аналіз, який проводиться сторонніми особами для підприємства (аудитори) [2].

Фінансовий аналіз, як і кожна економічна складова, має свої основні цілі:

- визначення фінансово-економічного становища підприємства;
- виявлення основних факторів, що викликають зміни у фінансовому стані;
- прогноз основних тенденцій фінансового стану.

Але для досягнення цих основних цілей потрібно здійснювати за допомогою різних методів і прийомів, таких як: горизонтальний і вертикальний аналіз, трендовий аналіз, аналіз відносних показників (коефіцієнтів), порівняльний аналіз тощо.

Фінансові менеджери проводять діагностику фінансової кризи. Тобто комплексне дослідження, яке спрямоване на своєчасне виявлення ознак фінансової кризи, оцінку її масштабів, а також вивчення тих факторів і причин, які призводять до загрози підприємства у фазу банкрутства.

Така діагностика здійснюється у такій послідовності:

- 1) вивчення стану реалізації і виробництва продукції;
- 2) вивчення складу і структури продукції, яка випускається підприємством;
- 3) вивчення конкурентоспроможності продукції, яка випускається підприємством.

Крім того, фінансові менеджери проводять аналіз різних складових підприємства, а саме: аналіз персоналу, аналіз необоротних та оборотних активів, аналіз вартості й структури оборотних активів, а також проводять оцінку фінансового результату підприємства [3].

Якщо на підприємстві працює кваліфікований фінансовий менеджер, який постійно проводить вищевказані аналізи та оцінки різних складових підприємства, а також слідкує за всім фінансовим становищем, то на такому підприємстві буде висока фінансово-економічна безпека, адже такий працівник буде професійно розробляти спеціальні заходи щодо знищення ще на ранньої стадії фінансової проблеми, яка може призвести до порушення нормальної

роботи на підприємстві, а також до втрати його платоспроможності і конкурентоспроможності, а в подальшому його банкрутства та ліквідації.

Список використаних джерел:

1. Сідорова Т. О., Лисак Г. Г. Фінансовий аналіз як інструмент підтримки прийняття управлінських рішень. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*: зб. наук. пр. У 2-х ч. Ч.1. Харків: ХДУХТ, 2013. Вип. 2(18). С. 64.
2. Фінансовий аналіз: Опорний конспект лекцій для студентів економічних спеціальностей галузі знань 0305 "Економіка і підприємництво" освітньо-кваліфікаційних рівнів "бакалавр", "магістр" / уклад.: Н. Б. Кашена, Н. М. Гаркуша, І. В. Руденко, Т. В. Польова; Харк. держ.ун-т харчування та торгівлі. Харків: ХДУХТ, 2016. С. 14.
3. Рекова Н. Ю., Тельнова Г. В., Сапельникова Н. Л. Антикризове фінансове управління підприємством : навчальний посібник. Донецьк: ДонДУУ, 2013. С. 24-27

КОЗОВЕЦЬ Т.В., магістрант,
спеціальність «Облік і аудит в управлінні АПК»,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБЛІКУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР

Для ведення бухгалтерського обліку на підприємстві дуже важливим для бухгалтера є дотримання в практичній діяльності положень, що передбачені в законодавчих та нормативно-правових актах. Бухгалтеру слід чітко розуміти, відповідно до якого законодавчого документа потрібно відображати інформацію і організовувати свою діяльність. Адже саме бухгалтер несе відповідальність за порушення правил ведення бухгалтерського обліку.

Основним нормативним актом, що регулює загальні питання бухгалтерського обліку в Україні, є Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 року № 996 –XIV (із змінами та доповненнями) [1]. Цей Закон є фундаментом, на якому ґрунтуються всі інші нормативні акти, зокрема і щодо обліку виробництва продукції зернових культур.

В результаті дослідження було систематизовано і узагальнено нормативно-правове регулювання обліку виробництва продукції зернових культур в Україні. Результати дослідження відображення в табл. 1.

Таблиця 1

Нормативно-правове регулювання обліку виробництва продукції зернових культур

№ з/п	Назва нормативно-правового документа	Зміст нормативно-правового регламентування щодо регулювання обліку виробництва продукції зернових культур
1	2	3
1.	План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств та організацій, затверджені наказом МФУ від 30.11.1999 року № 291[2]	Регламентує організацію обліку витрат на виробництва і оприбуткування продукції зернових культур на рахунках бухгалтерського обліку. Згідно цього плану рахунків інформацію про облік витрат виробництва узагальнюють на рахунку 23 «Виробництво», а про облік виходу продукції – на рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва».
2.	Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене наказом МФУ від 31.12.1999 року № 318 [3]	Визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства та її розкриття в фінансовій звітності.
3.	Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Поточні біологічні активи», затверджене наказом МФУ від 18.11.2005 року № 790 [4]	Визначає методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про біологічні активи і про одержані в процесі їх біологічних перетворень додаткові біологічні активи й сільськогосподарську продукцію та розкриття інформації про них у фінансовій звітності.
4.	Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції с.-г. під-в, затверджені наказом МАПУ від 18.05.2001 року № 132	Надано рекомендації щодо витрат, їх групування за об'єктами і статтями, основні принципи планування собівартості продукції, облік витрат на виробництво продукції, калькулювання собівартості продукції, зокрема, зернових культур.
5.	Методичні рекомендації по з обліку біологічних активів, затверджені наказом МФУ від 29.12.2006 року № 1315	Надано визнання біологічних активів та с.-г. продукції, класифікація біологічних активів, облік надходження біологічних активів, оцінка біологічних активів на дату балансу, оцінка с.-г. продукції при первісному визнанні

Продовження табл. 1

1	2	3
6.	Методичні рекомендації по з обліку запасів, затверджені наказом МФУ від 10.01.2007 року № 2	Продукцію сільського господарства, зокрема продукція зернових культур, після її первісного визнання, для цілей бухгалтерського обліку, відносять до запасів. Надано визначення і оцінка запасів, документальне оформлення руху запасів, облік і контроль наявності та руху запасів в місцях їх зберігання та у виробництві, бухгалтерський облік запасів (продукції рослинництва).
7.	Методичні рекомендації щодо застосування спеціалізованих форм первинних документів з обліку виробничих запасів в с.-г. підприємствах наказ Міністерства аграрної політики України від 21.12.2007 року № 929	Визначає організацію документального оформлення виробничих запасів в місцях їх зберігання. Рекомендовано для списання різних витрат на виробництво використовувати спеціалізовані форми первинних документів, зокрема: Лімітна-забірна картка на отримання матеріальних цінностей (ВЗСГ-1); Акт про використання мінеральних, органічних і бактеріальних добрив та засобів хімічного захисту рослин (ВЗСГ-3), Акт витрати насіння і садивного матеріалу (ВЗСГ-4), Акт на списання виробничого і господарського інвентарю (ВЗСГ-5), Накладна внутрішньогосподарського призначення (ВЗСГ-8).

Проаналізувавши перелік нормативно-правових документів облікового забезпечення виробництва продукції зернових культур можна зробити висновок, що організація обліку виробництва продукції зернових культур не обмежується застосуванням нормативно-правових актів які носять обов'язковий характер (положення (стандарти) бухгалтерського обліку, інструкція щодо застосування плану рахунків). Законодавством передбачено низку нормативно-правових документів які носять рекомендаційний характер, зокрема щодо калькулювання собівартості продукції сільськогосподарських підприємств, щодо обліку біологічних активів, щодо обліку запасів, щодо застосування спеціалізованих первинних документів тощо. Вміння орієнтуватися серед різних нормативно-правових документів щодо обліку виробництва продукції зернових культур, що інколи суперечать один одному, допомагає організувати бухгалтерський облік на відповідному рівні. Такі дії сприяють підвищенню ефективності прийняття управлінських рішень на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 року № 996-XIV. Дата оновлення: 18.09.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 20.02.2019).
2. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств та організацій, затверджені наказом МФУ від 30.11.1999 року № 291. Дата оновлення: 12.12.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99> (дата звернення: 20.02.2019).
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 року № 318. Дата оновлення: 27.06.2013. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (дата звернення: 20.02.2019).
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи», затверджений наказом Міністерства фінансів України від 18.11.2005 року № 790. Дата оновлення: 12.12.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05> (дата звернення: 20.02.2019).

КОЛОМІЄЦЬ В.М., докторант,

*Дніпропетровський національний університет
залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна*

ВРАХУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В МІЖНАРОДНИХ ЗАКОНОДАВЧИХ ДОКУМЕНТАХ

Людський капітал – порівняно нова категорія в фінансовій системі, бухгалтерському обліку та фіскальному контролі. У зв'язку з глобалізацією, міжнародною співпрацею країн між собою на різноманітних ринках виникає необхідність доступності фінансової, облікової інформації для користувачів. Така інформація на даний час формується в системах бухгалтерського обліку кожної окремої країни. Але при порівняннях міжнародних дослідженнях вона не може бути застосована, тому що облік в кожній країні має індивідуальні особливості, пов'язані з політичними, економічними, законодавчими умовами. Доцільно розглянути нормативні документи міжнародного застосування, які можливо використовувати для цілей обліку людського капіталу, для зіставлення та порівняльності досліджень людського капіталу.

Таким вимогам відповідають Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) [1], раніше відомі як Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку (МСБО), розроблені Правлінням Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (IASB). Тому за нормативну методологічну основу обліку людського капіталу на міжнародному рівні пропонується застосувати Міжнародні стандарти фінансової звітності. Згідно оновленому документу «Conceptual Framework for Financial Reporting» [2], IASB прагне зменшити відмінності в обліку та звітності різних країн шляхом гармонізації регулюючих положень,

стандартів бухгалтерського обліку та процедур, пов'язаних зі складанням і поданням фінансових звітів. Рада вважає, що подальшої гармонізації найкраще можна досягти шляхом зосередження уваги на фінансових звітах, які складаються з метою надання інформації, корисної для прийняття економічних рішень. Рада вважає, що фінансові звіти, складені з такою метою, відповідають загальним потребам більшості користувачів. А пояснюється це тим, що майже всі користувачі приймають економічні рішення, наприклад, з метою: а) визначити, коли купувати, утримувати або ж продавати інвестиції в капітал; б) оцінити управління та підзвітність управлінського персоналу; в) оцінити спроможність суб'єкта господарювання сплачувати заробітну плату та надавати інші виплати своїм працівникам; г) оцінити забезпеченість сум, позичених суб'єктові господарювання; г) визначити податкову політику; д) визначити суми прибутку та суму дивідендів, що підлягають розподілу; е) підготувати та використовувати статистику національного доходу; є) регулювати діяльність суб'єктів господарювання.»

Вважаємо, що нормативною та методологічною основою для обліку людського капіталу на міжнародному рівні доцільно застосувати «Міжнародні стандарти фінансової звітності».

В «Міжнародних стандартах фінансової звітності» [2] вказано «... необхідна інформація про ..., та про те, наскільки ефективним та результативним є управлінський персонал, керівна рада, та наскільки вони виконали свої обов'язки для використання ресурсів суб'єкта господарювання».

IASB наводить також приклади обов'язків управлінського персоналу, які, на нашу думку, можливо віднести до функцій людського капіталу [1]:

- Захист ресурсів суб'єкта господарювання від несприятливих впливів економічних чинників;

- Забезпечення дотримання суб'єктом господарювання відповідних законів, контрактів.

В Міжнародних стандартах фінансової звітності багаторазово наголошується на важливості якості виконання управлінським персоналом своїх обов'язків [1]. Вважаємо, що підґрунтям для виконання цих обов'язків є унікальний людський капітал, який необхідно враховувати та обліковувати для цілей міжнародної фінансової звітності.

Тому необхідна інформація про виконання управлінським персоналом своїх обов'язків. Вона не може бути оцінена об'єктивними показниками прямим арифметичним розрахунком. Тому в даному випадку для формування необхідної інформації про виконання управлінським персоналом своїх обов'язків необхідна експертна оцінка для прийняття управлінських рішень та оцінка справедливої вартості для цілей бухгалтерського обліку.

На необхідності оцінки справедливої вартості в умовах економічної та фінансової рентабельності для формування об'єктивної інформаційної системи управління наголошують науковці [3].

Акумуляування знань, професійних та комунікативних навичок, реалізація їх на практиці призводить до збільшення та накопичення людського капіталу як суб'єкта господарювання, так і національної економіки в цілому.

Тому якість виконання управлінським персоналом своїх обов'язків стає частиною людського капіталу.

Наступним доводом для обліку людського капіталу вважаємо аргумент, що саме людський капітал впливає на конкурентоспроможність суб'єкта господарювання (якість людського капіталу може становити суттєву або унікальну конкурентну перевагу) та вартість компанії при її продажу. Вищезначене корелює з вимогами Міжнародних стандартів фінансової звітності про суттєвість інформації [1]: «Інформація є суттєвою, якщо її відсутність або неправильне подання може вплинути на рішення, які приймають користувачі на основі фінансової інформації про конкретний суб'єкт господарювання, що звітує».

Група науковців розраховували упущену вигоду від неврахування нематеріальних активів для власників конкретного підприємства. Вони визначили, що причиною розбіжності між вартістю власного капіталу, розрахованого за даними балансу, та його ринковою вартістю є наявність прихованого (позабалансового) капіталу, що втілюється в наявних нематеріальних активах, одними з найважливіших яких стають людський капітал та соціальний потенціал [4, с. 121-125].

Враховуючи даний пункт, відсутність або неправильне подання інформації про наявний людський капітал суперечить вимогам IFRS та зменшує або перебільшує вартість бізнесу.

IFRS враховують витрати на оплату праці, соціальне забезпечення, охорону здоров'я, охорону праці, на освіту [1]. Але наявність таких важливих складових та підтримка й фінансування нормального психологічного стану, творчих та креативних здібностей, інтелектуального потенціалу не визначені.

Але ж саме людський капітал впливає на конкурентоспроможність суб'єкта господарювання та вартість компанії при її продажу. Людський капітал, соціальний потенціал є важливими та взаємодоповнювальними щодо забезпечення й підвищення економічного зростання країни [5, с. 33]. Вищезначене відповідає вимогами Міжнародних стандартів фінансової звітності про суттєвість інформації: «Інформація є суттєвою, якщо її відсутність або неправильне подання може вплинути на рішення, які приймають користувачі на основі фінансової інформації про конкретний суб'єкт господарювання, що звітує» [1]. Облік в країнах не враховує всіх складових людського капіталу. Тому можна стверджувати, що витрати на людський капітал відображені не в повному обсязі, викривлені.

Тому необхідно в Міжнародних стандартах фінансової звітності передбачити комплексний облік витрат на людський капітал, у тому числі на підтримку нормального психологічного стану, наявність творчих та креативних здібностей, інтелектуального потенціалу.

Таким чином, основним існуючим на даний час законодавчим документом на міжнародному рівні, який унормує категорію людський капітал в фінансовій системі, бухгалтерському обліку та фіскальному контролі, є Міжнародні стандарти фінансової звітності. В той же час, унормування людського капіталу в Україні потребує формування ряду документів, а отже, значної роботи спочатку на науковому, потім на законодавчому рівні [6; 7; 8; 9, 10].

Список використаних джерел:

1. Required IFRS Standards 2018. (2018). Retrieved from <https://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/>
2. Conceptual Framework for Financial Reporting (Conceptual Framework). (2018). Retrieved from <https://www.ifrs.org/-/media/project/conceptual-framework/fact-sheet-project-summary-and-feedback-statement/conceptual-framework-project-summary.pdf>.
3. Necula S.-C. (2017). Accounting decisions from the perspective of profitability. *Economic Annals-XXI*, 166(7-8), 72-75. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V166-14>.
4. Boronos V., Plikus I., Aleksandrov V. (2016). Financial and accounting approaches to definition of the intangible factors impact on the value of the company. *Economic Annals-XXI*, 160(7-8), 121-125. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V160-24>.
5. Mahmood H., Alkahtani N. (2018). Human resource, financial market development and economic growth in Saudi Arabia: a role of human capital. *Economic Annals-XXI*, 169(1-2), 31-34. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V169-06>.
6. Radieva M. (2018). Institutional modernization of the Global economy. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. №. 5(2018). pp. 283-290. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-5-283-290>.
7. Рекун І. І. (2015). Управління персоналом у системі економічної безпеки підприємства залізничного транспорту. *Економіка та держава: міжнародний науково-практичний журнал*. 2015. №. 11. С. 28–32.
8. Ткач Анатолій. (2018). Інституціональні трансформації економічних систем / Марина Радева, Анатолій Ткач, Вікторія Коломієць, Іван Рекун, Тамара Ткач, Ольга Золкіна // *Трансформаційні процеси в економіці: інституціональний контекст*: монографія. За ред. Радевої М. М. – Мелітополь: Колор Принт, 2018. 275 с. DOI: <https://doi.org/10.32901/978-966-2489-64-4/2018>.
9. Ткач Т. (2017). Психолого-педагогічні умови формування інституціональної моделі освітнього простору особистості / В. Коломієць, М. Радева, А. Ткач [та ін.] // *Інституціональні трансформації в економіці України*: монографія. За заг. ред. Коломієць В. М. – Мелітополь : ТОВ «Колор Принт», 2017. 244 с.
10. Kolomiiets Viktoriia & Golovkova Liudmila. (2017). The institutional content of the human capital of the national economy. *Baltic Journal of Economic Studies*. Riga: Publishing House “Baltija Publishing”, 2017. Vol. 3 (2017). No. 5, December. pp. 289–293. DOI: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-289-293>.

ПЛАЗИНСЬКА К.М., студентка 4 курсу,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені В. Стефаника»

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ В ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Основною метою створення та функціонування суб'єктів господарювання в умовах ринкового середовища є одержання максимально можливої фінансової та економічної вигоди, що знаходить своє відображення у фінансових результатах діяльності. На всіх етапах розвитку обліку, аналізу та контролю визначення фінансового результату майже беззаперечно визнавалося основною ціллю. Фінансовий результат являє собою універсальну економічну категорію, яка враховує та залежить від двох основних показників підприємницької діяльності – доходів та витрат.

До 2000 року фінансовий результат на підприємствах України визначався як алгебраїчна сума прибутку від реалізації і позареалізаційних фінансових результатів. Прибуток від реалізації товарів, робіт, послуг обчислювався як різниця між виручкою від реалізації і повною собівартістю продукції. В основі такого підходу до фінансового результату була теорія додаткової вартості К.Маркса. При цьому і трактування предмета бухгалтерського обліку пов'язувалося із процесами господарської діяльності як складовими процесу розширеного відтворення [1].

Більшість економічних шкіл у своєму вченні розглядали фінансові результати як прибуток, що формується під впливом різних факторів у процесі господарської діяльності. Однак, дещо інше трактування досліджуваної категорії надали представники неокласичної школи, які бачили фінансові результати як ціну капіталу. Дана теорія має велике значення і в даний час, тому що підприємство може отримати прибуток тоді, коли вхідні ресурси вкладені у товари і послуги принесуть з часом економічні вигоди і кінцевий результат перевищуватиме початкові витрати на придбання цих ресурсів, виробництво продукції, товарів, надання послуг [5].

Розглядаючи сутність фінансового результату в даний час, потрібно у першу чергу відзначити такі його характеристики:

1. Фінансовий результат (прибуток), являє собою форму доходу суб'єкта господарської діяльності, що здійснює певний вид діяльності. Ця зовнішня найпростіша форма вираження прибутку є разом з тим недостатньою для його повної характеристики, тому що у деяких випадках активна діяльність у якій-небудь сфері може і не бути пов'язаною із одержанням прибутку (напр. політична, благодійна діяльність і ін.).

2. Фінансовий результат (прибуток), є формою доходу суб'єкта господарської діяльності, що вклав свій капітал з метою досягнення певного комерційного успіху. Категорія прибутку нерозривно пов'язана з категорією

капіталу – особливим фактором виробництва – і в усередненому вигляді характеризує ціну функціонуючого капіталу.

3. Фінансовий результат (прибуток), не є гарантованим доходом суб'єкта господарювання, що вклав свій капітал у той чи інший вид бізнесу. Він є результатом тільки успішного здійснення цього бізнесу. Прибуток є певною мірою і платою за ризик здійснення підприємницької діяльності.

4. Фінансовий результат (прибуток) характеризує не весь дохід, отриманий в процесі господарської діяльності, а тільки ту частину доходу, що «звільнені» від понесених витрат на здійснення цієї діяльності. Тобто, у кількісному вираженні прибуток є залишковим показником, що представляє собою різницю між сукупним доходом і сукупними витратами в процесі здійснення підприємницької діяльності.

5. Фінансовий результат (прибуток) є вартісним показником, вираженим у грошовій формі. Така форма оцінки прибутку пов'язана з практикою узагальненого вартісного обліку всіх пов'язаних з ним основних показників – вкладеного капіталу, отриманого доходу, понесених витрат тощо, а також з діючим порядком його податкового регулювання.

Також, в деяких економічних джерелах зустрічається тлумачення поняття «фінансовий результат», де його визначають як різницю між доходами та витратами підприємства чи його окремого підрозділу за певний час, приріст чи зменшення вартості власного капіталу підприємства внаслідок діяльності у звітному періоді [3].

Як економічна категорія, фінансовий результат визначається як різниця між сукупною виручкою та сукупними витратами підприємства. Перевищення валової сукупної виручки над сукупними витратами стає можливим завдяки створенню додаткової вартості. Додаткова вартість виступає у вигляді збільшення вартості товару відносно витрат на його виробництво [4].

На сьогодні достовірність формування фінансових результатів є актуальною та є основою принципів і правил бухгалтерського обліку, обов'язкового дотримання яких вимагає законодавча база, зокрема концептуальні основи складання та подання фінансових звітів, міжнародні стандарти фінансової звітності, Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку. Це торкається життєво важливих аспектів будь-якого підприємства, як орієнтація у фінансовому житті його господарської діяльності, тобто дає можливість проводити планування діяльності, визначати поточне положення справ, ідентифікувати причини виникнення тієї чи іншої ситуації.

Проте, фінансовий результат являє собою складну економічну категорію, що потребує більш поглибленого вивчення сутності, ролі, особливостей формування, розподілу, використання фінансових результатів та їх впливу на господарську діяльність підприємства.

Фінансовий результат є одним з найважливіших показників, який узагальнює усі результати господарської діяльності та який характеризує ефективність діяльності суб'єкта господарювання.

Таким чином, фінансові результати відображають мету підприємницької діяльності, її дохідність, і є вирішальними для підприємства. Окрім того, прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного удосконалення його матеріальної бази і виробництва, всіх форм інвестування.

Список використаних джерел:

1. Уткіна Н. В. Економічний зміст фінансових результатів діяльності підприємства: історичний аспект. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2007, № 11. С. 133-137.
2. Володькін М. В. Економіка промислового підприємства: навч. посіб.: Знання 2003. 600 с.
3. Загородній А. Г. Облік і аудит: Термінологічний словник. Вид-во Центр Європи, 2002.
4. Стрішенець О. М., Маленицький Д. Теоретичні підходи до формування стратегії розвитку підприємства, її класифікація та етапів впровадження. Актуальні проблеми прикладної економіки: [кол. моногр.] / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Стрішенець. Луцьк: Вежа-Друк, 2017. С. 52–63.
5. Чечета А. І. Інформація про фінансові результати і її аналіз. *Фінанси України*. 2007, № 5. С. 32–34.
6. Шкроміда В. В. та Шкроміда Н. Я. Оцінювання економічного потенціалу господарюючих суб'єктів в ринковому середовищі. Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г. М., 2013.
7. Шандова Н. В. Принципи формування умов сталого розвитку промисловості. *Бізнес Інформ*. 2013. № 6. С. 176-181.
8. Шаманська О. І. Алгоритм інвестування розвитку ресурсного потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 6(108). С. 157-160.

РІПА Т.В., к.е.н., викладач економічних дисциплін
циклової комісії облікових дисциплін та маркетингу,
Торговельно-економічний коледж
Київського національного торговельно-економічного університету

САВЧЕНКО Д.С., студент 2-го курсу,
спеціальність «Маркетингова діяльність»,
Торговельно-економічний коледж
Київського національного торговельно-економічного університету

ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ МЕДІЙНОЇ ГАЛУЗІ

Дані Державної служби статистики України підтверджують щорічне збільшення кількості підприємств медійної галузі, що вказує на їх стрімкий розвиток та популяризацію даного виду діяльності (рис. 1).

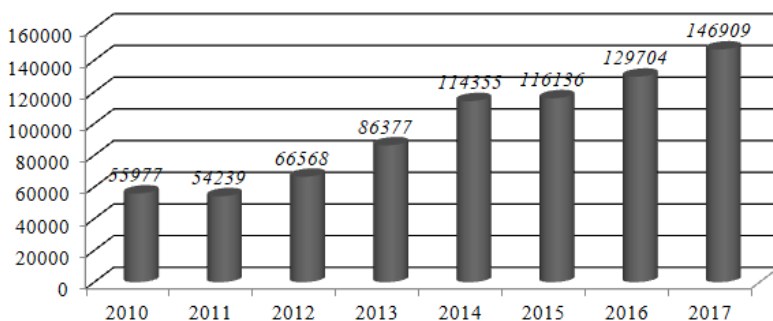


Рис. 1. Динаміка кількості підприємств медійної галузі в Україні упродовж 2010-2017 рр.

Джерело: розроблено на основі [1].

Сутність інформаційного забезпечення управлінської діяльності формується за рахунок сукупності інформаційних ресурсів, які сприяють ефективному проведенню процесу управління, зокрема розробленню та реалізації управлінських рішень. Інформаційне забезпечення – це якісне інформаційне обслуговування управлінського персоналу підприємства медійної галузі шляхом створення динамічної системи збору даних, їх обробки, зберігання та перетворення на достовірну, своєчасну, точну, актуальну інформацію для ефективного ведення процесу управління та прийняття відповідних управлінських рішень [2, с. 67].

Інформаційно-комунікаційні системи повинні розв'язувати такі задачі як створення, підтвердження, розсилання, збереження, контроль за змінами та розподіл прав доступу окремих користувачів до конкретної інформації.

Облік та аналіз є важливими функціональними компонентами інформаційної системи підприємства. Оперативність збирання та обробки виробничої, комерційної, фінансової та інших видів інформації, забезпечення зацікавлених користувачів об'єктивною інформацією про фінансовий стан і результати діяльності підприємства – основні функції обліку [3, с. 17-18].

Система обліково-аналітичного забезпечення є складовою загальної системи управління. Її суть полягає в об'єднанні облікових та аналітичних операцій в один процес, виконання оперативного мікроаналізу, забезпеченні безперервності цього процесу і використанні його результатів для формування рекомендацій для прийняття управлінських рішень. Загальну методологію і нормативні положення обліку і аналізу удосконалюють для раціонального використання в єдиній обліково-аналітичній системі [4, с. 499-500].

Основні завдання обліково-аналітичної системи підприємств медійної галузі представлені у вигляді п'яти блоків, які включають облік, аналіз, контроль, планування та бюджетування (рис. 2).

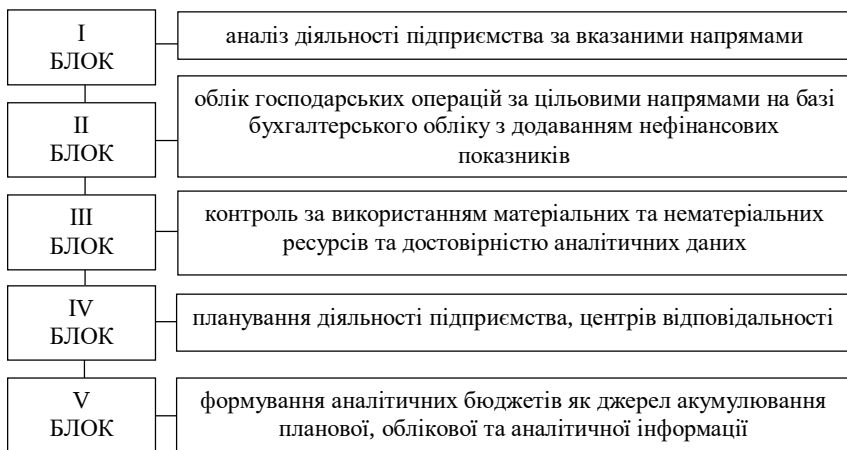


Рис. 2. Завдання обліково-аналітичної системи підприємств медійної галузі
 Джерело: розроблено на основі [2, с. 68].

У сучасних умовах розвитку технологій ключову позицію в інформаційній системі займає система обробки даних. За її наявності дані вводяться в інформаційну систему, проходять трансформацію, шляхом маніпулювання даними й аналізуються. Результатом функціонування інформаційної системи є звіти, документи та кінцеві показники, які постачають необхідну інформацію для рішень і контролю виконання поставлених завдань.

Отже, у процесі дослідження встановлено, що визначальною в інформаційній системі є система обробки даних, яку можна визначити як набір процедур, таких як процес, збір і переробка інформації для підтримки планування, прийняття рішень, координації і контролю.

Обліково-аналітичне забезпечення як компонент інформаційного забезпечення управління підприємством медійної галузі дає змогу розв'язувати функціональні задачі управління, забезпечуючи керівництво повною та достовірною інформацією про господарські процеси та зв'язки із зовнішнім середовищем.

Список використаних джерел:

1. Сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку: пер. з англ. за ред. С. Ф. Голова. Київ, 2000. С. 67-68.
3. Горodianська Л. Особливості технічного забезпечення системи бухгалтерського обліку. *Бухгалтерський облік і аудит*. Випуск 10, 2009. С. 17–22.
4. Садовська І. Б. Обліково-інформаційне забезпечення управлінського аналізу. *Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка"*. 2009. № 647. С. 498-503.

ТАЦАКОВИЧ І.Я., студентка IV курсу,
спеціальність «Облік і аудит»,
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: НЕОБХІДНІСТЬ УЗГОДЖЕННЯ

З метою визначення величини витрат, забезпечення раціональної організації її обліку та, з урахуванням специфіки виробництва і галузевої приналежності діяльності підприємства, здійснення контролю за формуванням собівартості продукції (робіт, послуг) важливе значення має науково обґрунтована класифікація витрат.

Встановлено, актуальність даної проблеми полягає в тому, що науковці у власних дослідженнях і публікаціях часто пропонують різні класифікації, які є неузгодженими як за напрямками поділу, так і їх назвами, а також за переліком складових елементів класифікації витрат підприємств.

Складність встановлення класифікації витрат пояснюється масштабами виробництва, різною технологією, різноманітністю самих витрат. Адже відомо, вони виникають в різних місцях та в різний час. Є витрати одноелементні, а є такі, до складу яких входить декілька елементів, тобто одні прямо відносяться на виробництво, інші – непрямым шляхом; а також одні залежать від обсягу одержаної продукції, інші – не залежать.

Визначено, у ході проведення власного дослідження сутності «витрат» виявлено багатогранність класифікацій та підходів до їх поділу та розмежування.

Для здійснення процесів управління підприємством, окрім самих витрат, потрібна ще й інформація про їх об'єкти – продукцію (роботи, послуги або вид діяльності підприємства), що потребує здійснення витрат, пов'язаних з їхнім виробництвом (виконанням робіт, наданням послуг).

У радянській літературі одним із перших наукову класифікацію витрат на виробництво запропонував та обґрунтував Ю.І. Субботович. Він розподілив їх на такі види: основні та накладні, прямі та непрямі, змінні та постійні, пропорційні та фіксовані [1, с. 10].

На думку Ю.І. Матюшіної будь-яке групування витрат базується на тому, що окремі їх види мають:

- різний характер формування і способи зниження;
- зв'язки з виробничим процесом;
- неоднакову еластичність відносно змінних внутрішньофірмових та ринкових умов функціонування підприємства;
- різний характер впливу на прибуток;
- різноманітні ступені управління і невизначеності.

В процесі управління необхідно правильно класифікувати витрати, саме від цього залежатиме правильність прийняття того чи іншого рішення та

правильність управління ними. Класифікація витрат залежить також від того, з якою метою вони будуть використовуватися у подальшому.

Група авторів на чолі з Ф.Ф. Бутинцем класифікують витрати за такими напрямками:

- з метою оцінки запасів та визначення фінансових результатів;
- для прийняття управлінських рішень;
- з метою контролю [2, с. 42].

У свою чергу П.М. Гарасим виокремлює класифікацію витрат для прийняття управлінських рішень, де важливе місце відіграє поділ витрат на релевантні та нерелевантні. Релевантні – це витрати, величина яких може бути змінена внаслідок прийняття управлінського рішення, а нерелевантні – витрати, які не залежать від прийняття такого рішення.

Згідно з П(с)БО 16 «Витрати» витрати операційної діяльності групуються за економічними елементами: матеріальні витрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні заходи; амортизація; інші операційні витрати [3].

С.Ф. Голов вважає, що витрати, як і люди, мають різну поведінку. Для опису поведінки витрат у літературі традиційно вживають терміни: «змінні витрати», «постійні витрати», «напівзмінні витрати», «напівпостійні витрати». При цьому як основний фактор витрат зазвичай розглядається обсяг виробництва або реалізації [4, с. 9].

Свою чергою, Л.О. Меренкова групує витрати залежно від таких цілей надання інформації:

- 1) для визначення собівартості та фінансового результату (основні, накладні; прямі, непрямі; вхідні, вихідні; витрати на продукцію, витрати періоду);
- 2) для стратегічного і поточного планування діяльності підприємства (обов'язкові, дискреційні; напівпостійні, напівзмінні; загальні, питомі; релевантні, нерелевантні; реальні, альтернативні, маржинальні, інкрементні, витрати, що не повертаються);
- 3) для планування поточних витрат (постійні, змінні, змішані; по елементах, по статтях калькуляції; одноелементні, комплексні);
- 4) для контролю поточних витрат (контрольовані, неконтрольовані; регульовані, нерегульовані) [5].

Є.В. Мних пропонує класифікувати витрати для досягнення цілей управління, а саме:

1. Визначення собівартості продукції (робіт, послуг) і розрахунку фінансових результатів на:

- вичерпані та невичерпані;
- на продукцію і витрати періоду;
- прямі та непрямі;
- основні та накладні.

2. Для раціоналізації витрат та їх планування на:

- релевантні та нерелевантні;
- дійсні та можливі;
- маржинальні та середні;
- постійні та змінні.

3. Для контролю і регулювання витрат за центрами відповідальності:

- контрольовані;
- неконтрольовані [6].

Також у спеціалізованій економічній літературі налічується ряд інших класифікацій витрат за певними ознаками для цілей їх управління та планування, зокрема:

- за місцем виникнення витрат на підприємстві – витрати по цехах, дільницях, центрах відповідальності, структурних підрозділах та загалом по підприємству;
- за об'єктами господарської діяльності – продукція, роботи, послуги;
- за характером виробництва – основне виробництво та допоміжне виробництво;
- за ступенем впливу обсягу виробництва на рівень витрат – постійні, змінні;
- за економічним змістом – за елементами витрат;
- за цільовим призначенням – за статтями калькуляції витрат;
- за можливістю регулювання – регульовані, нерегульовані;
- за видами діяльності – витрати виробничої, невиробничої, промислової, непромислової діяльності;
- за єдністю складу – одноелементні і комплексні;
- за терміном обчислення – капітальні, поточні;
- відносно чинних норм – нормовані, ненормовані.

Отже, класифікаційних ознак, як бачимо, може бути безліч, відповідно до цього і видів витрат. Вважаємо, існуюча багатогранність класифікацій витрат підприємства дозволяє:

- глибоко зрозуміти сутність і «природу» поведінки витрат;
- детально організувати аналітичний облік витрат діяльності відповідно до інформаційних потреб менеджменту господарюючого суб'єкта;
- забезпечити якісний контроль понесених витрат за виробничими програмами, капітальними видатками та організаційними витратами періоду;
- здійснювати прогнозування і планування витрат діяльності для досягнення поставлених комерційних тактичних та стратегічних цілей.

Список використаних джерел:

1. Субботович Ю. Л. Прибуток підприємницьких структур в умовах ринкової трансформації економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит». К., 2012. 20 с.
2. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку: підручник [для студентів вищих навчальних закладів]. Житомир: ПП «Рута», 2003. 444 с.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318, зі змінами та доповненнями. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>.
4. Фінансовий облік: підручник / С. Ф. Голов, В. М. Костюченко, І. Ю. Кравченко, Г. А. Ямборко. Київ. : «Лібра», 2005. 976 с.

5. Меренкова Л. О. Управління витратами підприємства в ринковій економіці: Автореф. дис. канд. екон. наук / Харківський державний економічний університет. Харків, 2003. 20 с.
6. Мних Є. В. Економічний аналіз: підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2003. 412 с.
7. Шкромиди В. В., Гнатюк Т. М., Шкромиди Н. Я. Проблемні аспекти обліку і аналізу ділової репутації господарюючого суб'єкта. Колективна монографія «Актуальні питання обліку, аналізу і аудиту: теорія та практика». За ред. проф. Атамас П. Й. Дніпропетровськ: ФОП Дробязко С. І., 2014. Том 1. С. 207-214.

ПІТАРЕНКО А.Д.*, студентка 3 курсу,
спеціальність «Облік і оподаткування»
Національний авіаційний університет

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ЗАПАСІВ ЗГІДНО НАЦІОНАЛЬНИХ ТА МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Основною передумовою успішного ведення діяльності будь-якого підприємства є достатня кількість запасів та їх раціональне використання. Запаси – це активи, які знаходяться на підприємстві й від яких залежить швидкість обороту вкладеного капіталу та прибутковість підприємства в цілому [3, с. 52].

В Україні облік запасів регламентується Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» (далі – П(С)БО), а в закордонних країнах провідним нормативно-правовим актом, що регламентує облік запасів, є Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси» (далі – МСБО).

Оскільки вибір застосування МСБО в Україні є добровільним (крім випадків, встановлених законодавством), важливим моментом є розуміння спільних і відмінних рис між національними та міжнародними стандартами, а саме між МСБО 2 та П(С)БО 9 «Запаси».

Національне та міжнародне положення (стандарт) бухгалтерського обліку – це нормативно-правові документи, які регулюють принципи, методи, процедури ведення бухгалтерського обліку на підприємстві, визначають процес складання і подання фінансової звітності суб'єктами господарювання.

П(С)БО 9 до свого складу включає ряд активів, які утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва;

* Науковий керівник – Попович Оксана Василівна, к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту Національного авіаційного університету.

утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, або управління підприємством/установою [1].

Згідно з міжнародними стандартами, до запасів відносяться активи, які утримуються для продажу у звичайному ході бізнесу; перебувають у процесі виробництва для такого продажу або існують у формі основних чи допоміжних матеріалів для споживання у виробничому процесі або при наданні послуг [2].

Порівнявши трактування поняття «запаси» згідно з національними та міжнародними стандартами, можна дійти висновку, що в обох нормативних документах визначення практично однакові. Проте, згідно з національним положенням, до запасів належать також активи, які утримуються для споживання в процесі управління підприємством. На нашу думку, це є правильно, оскільки запаси також використовуються на підприємстві для потреб управління, під час заготівлі, збереження та збугу.

Щодо класифікації запасів, то національні й міжнародні стандарти дещо різняться у виокремленні їх на певні групи. П(С)БО 9 «Запаси» містить детальний перелік запасів із поділом на аналітичні групи, а саме: сировину й матеріали, незавершене виробництво, готову продукцію, товари у вигляді матеріальних цінностей, малоцінні та швидкозношувані предмети (далі – МШП), поточні біологічні активи. У свою чергу, МСБО 2 «Запаси» не виділяють в окрему групу МШП та поточні біологічні активи. Ми вважаємо, це не зовсім доречно, адже, як МШП, так і поточні біологічні активи виконують провідну роль на підприємстві й заслуговують мати місце в класифікації. Наприклад, віднесення предметів до МШП впливає на трудомісткість обліку та собівартість продукції, а наявність поточних біологічних активів як окремої аналітичної групи на підприємстві полегшить роботу облікового апарату аграрних установ, крім того дозволить ефективно організовувати виробничий процес та сприяти веденню бухгалтерського обліку відповідно до вимог ринкового середовища [3, с. 51].

Розглянувши сутність та класифікацію запасів, доречно проаналізувати й процес вибуття запасів. У національних П(С)БО виокремлюють п'ять методів оцінки вибуття запасів, а саме: ідентифікованої собівартості певної одиниці запасів; середньозваженої собівартості; вибуття перших запасів за часом надходження запасів (ФІФО); нормативних затрат та ціни продажу [1, 2].

На відміну від національних П(С)БО, якими передбачено п'ять методів оцінки вибуття запасів, у МСБО 2 розглядають лише три методи оцінки при вибутті запасів: ідентифікованої собівартості, ФІФО та середньозваженої собівартості.

Що стосується оцінки на дату балансу, то виробничі запаси згідно з національним положенням оцінюються за найменшою з двох вартостей: первісною або чистою вартістю реалізації. МСБО 2 передбачає лише єдиний варіант оцінки – за чистою реалізаційною вартістю [3, с. 51].

Отже, запаси – активи, які знаходяться на підприємстві, утримуються на складі з метою подальшої реалізації або для споживання в процесі управління бізнесом. Аналізуючи категорію «Запаси» згідно з національними та міжнародними стандартами, можна окреслити наступні відмінності:

По-перше, П(С)БО 9 регламентує більш деталізоване трактування виробничих запасів, виділяє додаткові аналітичні групи запасів – «Малоцінні та швидкозношувані предмети» та «Поточні біологічні активи».

По-друге, МСБО 2 визначає лише три формули для визначення методу вибуття запасів, у той час як національне положення нараховує п'ять, при цьому детальніше розкриває сутність методів їх застосування.

По-третє, МСБО 2 передбачає оцінювання виробничих запасів на дату балансу тільки одним способом – за чистою вартістю реалізації, у той час як національне П(С)БО розглядає оцінку як за первісною вартістю, так і чистою вартістю реалізації.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>
2. IAS 2 «Inventories». URL: <https://www.iasplus.com/en/standards/ias/ias2>
3. Коблянська Г. Ю., Ревенко К. О. Порівняльна характеристика ПСБО 9 «Запаси» і МСБО 2 «Запаси». *Економіка: теорія та практика*. 2014. № 2. С. 50-56.

ЧЕРЕДНІЧЕНКО В.О.*, *магістрант,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

НАПРЯМИ ЗДІЙСНЕННЯ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ ЗА НАЯВНІСТЮ ТА РУХОМ ПОТОЧНИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ ТВАРИННИЦТВА

Для сучасних рентабельних сільськогосподарських підприємств контроль є однією з найважливіших функцій системи управління. Не є винятком і господарства, що займаються тваринництвом. Основною метою контрольних заходів є виявлення відхилень і порушень у системі ведення бухгалтерського обліку поточних біологічних активів та прийняття ефективних управлінських рішень щодо організаційно-технічних процесів утримання тварин та виробництва сільськогосподарської продукції.

На сьогоднішній день через ігнорування сільськогосподарськими підприємствами належної організації контролю за наявністю та рухом поточних біологічних активів спостерігається тенденція збільшення неефективного використання матеріальних ресурсів, що, зі свого боку негативно впливає на

* Науковий керівник – Гура Надія Олександрівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку та аудиту Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

кінцеві результати їх діяльності. У зв'язку з цим виникає потреба у вивченні та вдосконаленні методики контролю за біологічними активами.

На побудову бухгалтерського обліку і, відповідно, контролю суттєво впливають галузеві особливості сільського господарства. Специфічними об'єктами обліку, притаманними тільки сільському господарству, є поточні біологічні активи. Зважаючи на це при здійсненні контрольних заходів слід врахувати наступні особливості:

- вирощування та відгодівля тварин пов'язані з біологічними перетвореннями, які у процесі сільськогосподарської діяльності підлягають управлінню та оцінці;
- для сільськогосподарських підприємств важливим аспектом діяльності є облік приплоду і приросту живої маси;
- під дією біологічних перетворень можливе переведення поточних біологічних активів тваринництва до складу довгострокових.

Метою здійснення контролю за наявністю та рухом поточних біологічних активів тваринництва є встановлення правильності ведення бухгалтерського обліку і його відповідності встановленій обліковій політиці, а також законності і достовірності операцій щодо досліджуваних об'єктів.

Внутрішньогосподарський контроль за наявністю та рухом поточних біологічних активів здійснюється самим сільськогосподарським підприємством на основі затверджених внутрішніх наказів, положень, інструкцій за наступними основними напрямками (рис. 1).



Рис. 1. Основні напрями внутрішньогосподарського контролю поточних біологічних активів тваринництва

Джерело: розроблено автором.

Контроль за наявністю поточних біологічних активів тваринництва здійснюється за даними Інвентаризаційних описів робочої худоби та продуктивних тварин, птиці, бджолосімей (ф. № інв-8 с.г.), а також шляхом фактичного огляду й перерахунку безпосередньо на місцях їх знаходження. Дотримання умов збереження та утримання біологічних активів передбачає їх закріплення за матеріально-відповідальними особами та проведення вибірових перевірок фактичної наявності цих об'єктів за допомогою часткової інвентаризації.

Наступним напрямом внутрішньогосподарського контролю за поточними біологічними активами тваринництва є інвентаризація поголів'я за статеві-віковими групами, під час якої можна з'ясувати факти нестачі чи надлишків поголів'я, достовірність облікових і звітних даних про живу масу молодняка та правильність оприбуткування приплоду.

Документальна перевірка передбачає зіставлення та порівняння окремих первинних документів щодо обліку поточних біологічних активів, зокрема, відомостей зважування тварин (ф. ПБАСГ-10), розрахунків визначення приросту (ф. ПБАСГ-11), актів на оприбуткування приплоду тварин (ф. ПБАСГ-3), відомостей витрачання кормів, розрахунків заробітної плати працівникам тваринництва і т.д.

Своєчасність і повноту оприбуткування приплоду можна виявити за допомогою зустрічної перевірки записів за датою і живою масою тварин при народженні у актах на оприбуткування приплоду тварин (ф. ПБАСГ-3) з журналами реєстрації приплоду.

Вивчення матеріалів внутрішньогосподарських інвентаризацій допоможе визначити частоту проведених раптових інвентаризацій тварин інвентаризаційною комісією сільськогосподарського підприємства, а також з'ясувати наявність фактів неоприбуткування приплоду, заміни одних тварин на інші. За даними інвентаризацій слід з'ясувати види та зміст заходів, що були прийняті за умов існування порушень та факти встановлення винних осіб.

Таким чином, визначені напрями здійснення контролю за станом та рухом поточних біологічних активів допоможуть підвищити якість та забезпечити достовірність облікової інформації, яка необхідна для прийняття ефективних управлінських рішень на сільськогосподарських підприємствах. Крім цього, від якості проведених контрольних заходів буде залежати ефективність використання біологічних активів та отримання конкурентоздатної продукції тваринництва в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації щодо застосування спеціалізованих форм первинних документів з обліку довгострокових та поточних біологічних активів, затверджені наказом Міністерства аграрної політики України від 21.02.2008 р. № 73. / Податки та бухгалтерський облік. 2008. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0073555-08>
2. Голотюк Л. С. Організація внутрішньогосподарського обліку поточних біологічних активів тваринництва. *Економіка. Фінанси. Менеджмент:*

- актуальні питання науки і практики. 2016. № 11. С. 113–122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efmarpr_2016_11_13
3. Михальська В. В. Внутрішньогосподарський контроль матеріальних витрат на вирощування біологічних активів садівництва. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки*. 2014. Вип. 6(5). С. 183–187. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_6\(5\)_47](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_6(5)_47)

ШЕВЧЕНКО Л.В., студентка 4-го курсу,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
Київський національний університет технологій та дизайну

СУЧАСНИЙ СТАН ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ

Нормативно-правова база, яку було сформовано в Україні протягом останніх років, створює підґрунтя для наближення вітчизняної системи державного внутрішнього контролю до міжнародних та європейських стандартів і правил. Реформування системи державного контролю визначено одним з пріоритетних при розробці політичних пропозицій, направлених на підвищення якості державного управління та державних послуг [1].

Однак лише нещодавно було врегульовано питання засад і єдиних підходів до організації внутрішнього контролю, визначення управлінської підзвітності і відповідальності керівників бюджетних установ. Зокрема, визначено принципи та елементи системи внутрішнього контролю.

Згідно з Постановою Кабінету Міністрів від 12.12.2018 р. № 1062 «Основні засади здійснення внутрішнього контролю розпорядниками бюджетних коштів» система внутрішнього контролю в установі складається з таких елементів:

внутрішнє середовище – процеси, операції, регламенти, структури та розподіл повноважень щодо їх виконання, правила та принципи управління людськими ресурсами, спрямовані на забезпечення виконання установою завдань і функцій та досягнення встановлених мети (місії), стратегічних та інших цілей, планів і вимог щодо діяльності установи;

управління ризиками – діяльність керівництва та працівників установи з ідентифікації ризиків, проведення їх оцінки, визначення способів реагування на ідентифіковані та оцінені ризики, здійснення перегляду ідентифікованих та оцінених ризиків для виявлення нових та таких, що зазнали змін;

заходи контролю – сукупність запроваджених в установі управлінських дій, які здійснюються керівництвом та працівниками установи для впливу на ризики з метою досягнення установою визначених мети (місії), стратегічних та інших цілей, завдань, планів і вимог щодо діяльності установи;

інформація та комунікація (інформаційний та комунікаційний обмін) – створення інформації, здійснення її збору, документування, проведення аналізу,

передача інформації та користування нею керівництвом і працівниками установи для виконання і оцінювання результатів виконання завдань та функцій;

моніторинг – відстеження стану організації та функціонування системи внутрішнього контролю в цілому та/або окремих його елементів [2].

Елементи внутрішнього контролю взаємопов'язані і стосуються фінансових і нефінансових процесів та всієї діяльності установи.

Організація та здійснення внутрішнього контролю в установі забезпечується шляхом організації та затвердження внутрішніх документів, спрямованих на забезпечення функціонування елементів внутрішнього контролю, плануванні діяльності, контролю за виконанням планів, оцінкою досягнутих результатів, інформуванням керівництва установи про ризики, заходи контролю та моніторингу.

Під час організації та функціонування внутрішнього контролю забезпечується управлінська відповідальність та підзвітність як керівника, так і працівників установи, яка ґрунтується на вимогах законодавства і стосується всієї діяльності установи [2].

Постанова також вносить зміни до організації та здійснення внутрішнього аудиту, що здійснюється для оцінки функціонування системи внутрішнього контролю в установі, надання рекомендацій щодо її поліпшення без безпосереднього здійснення заходів з організації внутрішнього контролю, управління ризиками і прийняття управлінських рішень про управління фінансовими та іншими ресурсами.

Зокрема, забезпечено запровадження стратегічного планування діяльності з внутрішнього аудиту; передбачено підписання декларації внутрішнього аудиту, в якій буде зазначена мета (місія), принципи незалежності, основні повноваження та обов'язки підрозділу внутрішнього аудиту. Інша новація передбачає можливість створення аудиторських комітетів для розгляду питань щодо діяльності з внутрішнього аудиту та її удосконалення. Актуалізуються функції, в тому числі виключаються невластивні функції підрозділів внутрішнього аудиту [3].

Отже, незважаючи на деякі проблеми та недоліки, система внутрішнього контролю та аудиту бюджетних установ має позитивну тенденцію розвитку.

Список використаних джерел:

1. Коваль Ж. Г., Чумакова І. Ю. Внутрішній контроль і внутрішній аудит у державних органах в умовах імплементації міжнародних стандартів. *Облік, аналіз, аудит і оподаткування в умовах глобалізації економіки: тези доповідей I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*. 2017. С. 389-390.
2. Про затвердження Основних засад здійснення внутрішнього контролю розпорядниками бюджетних коштів та внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 28 вересня 2011 р. № 1001: постанова Кабінету міністрів від 12 грудня 2018 р. №1062. *Офіційний сайт Верховної Ради України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1062-2018-п>

3. Уряд затвердив основні засади внутрішнього контролю та змінив порядок здійснення внутрішнього аудиту. *Офіційний сайт Міністерства фінансів України*. URL: <https://www.minfin.gov.ua/news/view/uriad-zatverdyy-osnovni-zasady-vnutrishnoho-kontroliu-ta-zminyvy-poriadok-zdiisnennia-vnutrishnoho-audytu/>

ШКРОМИДА В.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту,

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА

Зміни, які є присутніми впродовж останніх десятиріч, демонструють зростаючу тенденцію заінтересованості представників бізнесу до власної репутації та впливу останньої на поточну діяльність і розвиток на перспективу. Розуміючи вказану цінність і значення, керівництво більшості бізнес-структур намагаються різними зусиллями і способами вибудувати бездоганну репутацію, підсилити значимість і присутність, а також ефективно її контролювати. Зрозуміло, процес формування конкурентних переваг, в тому числі репутації, вимагає комплексу знань, вмінь і компетентностей, які дозволяють ідентифікувати об'єкт дослідження, виділити структурні елементи, описати класифікаційні ознаки та притаманні властивості, а також підібрати належні інструменти оцінки, аналізу та контролю.

Відомо, ділова репутація є специфічним нематеріальним активом господарюючого суб'єкта, який потребує застосування нестандартних і прогресивних підходів дослідження, що ґрунтуються на поєднанні суспільних, психоемоційних, поведінкових та економічних теорій і практик.

Схиляємося до думки [4, 5, 6], що репутація господарюючого суб'єкта впродовж його функціонування формується на основі об'єктивної і суб'єктивної інформації, яка часто виникає поза свідомістю самого носія – підприємства, його керівника чи працівника. За таких умов, джерелами формування репутації компанії виступають зацікавлені сторони та контактні групи, які перебувають у господарських відносинах.

Встановлено, компанія своєю поведінкою у відносинах з контактною аудиторією формує власну репутацію та, одночасно, користуючись її присутністю, прямо чи опосередковано визначає відносно себе поведінку і вибір зацікавлених сторін. Присутність такого взаємозв'язку засвідчує, що репутація (позитивна чи негативна) підприємства є присутньою впродовж його функціонування на ринку та вагомо впливає на результати його господарювання, можливості на ринку та досягнення поставлених комерційних цілей.

За таких обставин, добре сформована репутація підприємства, вважаємо, усебічно впливає на його бізнес-процеси, цим самим виконуючи наступні функції:

- функція інформативності – забезпечує розповсюдження інформації, існуючих переваг та інших якісних характеристик господарюючого суб'єкта. Передача довіри та рекомендацій від однієї зацікавленої сторони до іншої дозволяє підприємству скоротити витрати, які пов'язані із збутовою та рекламною діяльністю;

- поведінково-стимулююча функція – є похідною від функції інформативності та передбачає вплив бездоганної репутації підприємства на учасників цільових аудиторій, визначає їх вибір, рішення та поведінку, а також стимулює до чергових покупок і подальших виробничо-господарських відносин;

- функція безпеки – дає можливість запобігти і спростувати обставини, а також у випадку необхідності мінімізувати ризики, які пов'язані з розповсюдженням неправдивої і недобросовісної інформації. Досить дієвою і результативною проявляється вказана функція в умовах здійснення антикризового управління [3];

- функція соціальної значимості – останнім часом характеризується стрімким зростанням актуальності та важливості, оскільки добре сформована репутаційна політика підприємства дає можливість закріпити у суспільстві позитивну думку про соціальну відповідальність, прихильність до вирішення екологічних та суспільно важливих питань;

- результативна функція – виражається в процесі формування репутації як позитивний результат взаємовідносин між підприємством та його контактними групами, який очікує кожна сторона. Визначено, у різних цільових групах буде свій властивий набір критеріїв оцінювання діяльності підприємства, параметрів очікувань та, відповідно, формування його репутаційних переваг [1]. Так, для постачальницьких організацій основним критерієм, зазвичай, є обсяг і частота надходження замовлень на постачання, у свою чергу, для споживача – співвідношення «ціна – якість», а для співробітника – величина та своєчасність виплати заробітної плати тощо;

- конкуренто-підсилююча функція – відображає симбіоз попередньо наведених функцій репутації господарюючого суб'єкта та підсилює існуючі у підприємства конкурентні переваги.

Наочне відображення функцій репутації господарюючого суб'єкта наведено на рис. 1.

Вищенаведене дозволяє відзначити, що репутація кожного суб'єкта господарювання характеризується власними специфічними функціональними особливостями, які залежать від видів здійснюваної діяльності та галузевої приналежності компанії.

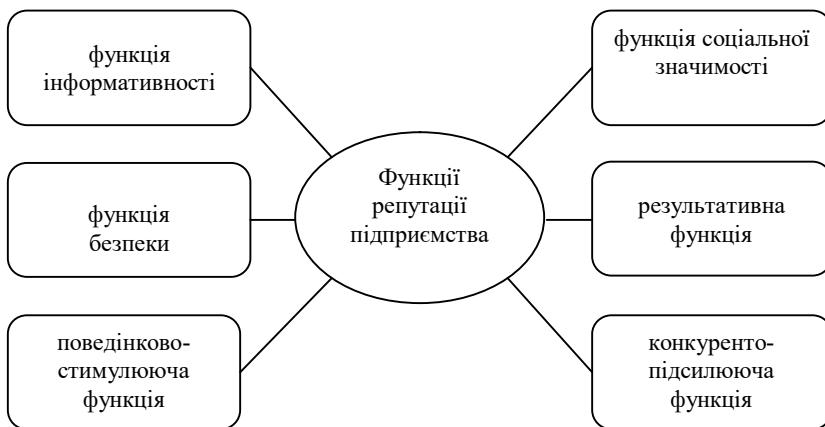


Рис. 1. Наочне відображення функцій репутації підприємства

Джерело: розроблено автором.

Вважаємо, наявність таких факторів є більш ніж достатньо, вплив яких зі сторони керівництва повинен відстежуватися, оцінюватися та, у разі необхідності і наявних можливостей, коригуватися до очікуваних і бажаних результатів [2]. Внаслідок, такий підхід зобов'язує впроваджувати на підприємстві ефективну систему управління власною репутацією, реалізовувати заходи по її покращенні та запобігати ризикам, які пов'язані з нею.

Список використаних джерел:

1. Гнатюк, Т. М., Шкроміда В. В. (2017). Аналіз структури капіталу: залежність прибутковості і фінансової стійкості. *Вісник Прикарпатського університету. Серія економіка*, 12, 235-242.
2. Шкроміда, В. В. (2012). Ділова репутація підприємства: проблеми оцінки та необхідність обліку. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*, (8 (2)), 207-211.
3. Шкроміда, Н. Я. (2010). Механізм оцінки економічного потенціалу підприємства. *Моделювання регіональної економіки*, 2, 160-166.
4. Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of management Journal*, 33(2), 233-258.
5. Gotsi, M., & Wilson, A. M. (2001). Corporate reputation: seeking a definition. *Corporate communications: An international journal*, 6 (1), 24-30.
6. Ravasi, D., Rindova, V., Etter, M., & Cornelissen, J. (2018). The formation of organizational reputation. *Academy of Management Annals*, 12 (2), 574-599.

ШКРОМИДА Н.Я., к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту,

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

ПОСЛІДОВНІСТЬ ЕТАПІВ ПОДАТКОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Наявність кризових явищ в економіці держави та зниження ділової активності підприємництва в цілому змушують керівництво діючих підприємств постійно аналізувати діяльність у ретроспективі та шукати нові механізми управління фінансово-господарською діяльністю. Одним з вагомих резервів скорочення витрат діяльності та підвищення ефективності ведення бізнесу є належна організація податкового планування.

Розглядаючи податкове планування на підприємстві як певну послідовність дій і заходів, спрямованих на оптимізацію податкових потоків та платежів, слід виділити наступні етапи податкового планування (рис. 1).

Початковим етапом здійснення податкового планування на підприємстві є дослідження сфери його діяльності, особливостей провадження бізнес-процесів та специфіки організаційно-правового функціонування основних його контрагентів. На основі вивчення вищезгаданого можна окреслити поле податкових прав, обов'язків та відповідальності. Тобто визначається перелік податків і зборів, під які підлягає фінансово-господарська діяльність підприємства, встановлюється альтернатива вірогідних баз оподаткування.

На наступному етапі податкового планування здійснюється розрахунок вірогідних баз оподаткування, проводиться порівняльний аналіз отриманих результатів, обчислення та оцінюється вигідність можливих альтернатив. Для цього аналітичним способом будується матриця переваг та недоліків, що у підсумку дозволяє точно провести необхідну оцінку.

Наступним етапом податкового планування є формування податкових планів у розрізі місяця, кварталу та року. Такий підхід дозволяє визначити величину необхідного бюджету для нарахування податкових зобов'язань і здійснення податкових платежів.

Наступним кроком планових розрахунків є побудова вірогідних податкових моделей з урахуванням здійснення господарських операцій, сезонності їх виконання, життєвого циклу бізнесу тощо. За допомогою такого підходу здійснюється імітація сценаріїв оподаткування підприємства та проводиться їх аналіз. На практиці з урахуванням мінливості вітчизняного податкового законодавства, як правило, розробляють три види сценаріїв:

- обережний – керівництво підприємства враховує всі норми податкового законодавства, наперед погоджує сумнівні пункти та не планує вступати у конфлікт з контролюючими органами;

- зважений – також ґрунтується на дотриманні норм податкового законодавства та у випадку неузгодженості підприємство готове вирішувати спірні питання у судовому порядку;

– ризиковий – керівництво підприємства готове вступити в конфлікт із органами контролю щодо оцінки правомірності ведення обліку в частині оподаткування незалежно від впевненості в успішному результаті вирішення конфліктної ситуації [2].



Рис. 1. Послідовність основних етапів податкового планування на підприємстві

У підсумку вказаного етапу можна визначити найбільш прийнятну модель оподаткування і, цим самим, оцінити рівень фінансової спроможності суб'єкта господарювання щодо її реалізації.

Після аналізу сформованих податкових моделей здійснюється вибір найбільш оптимального варіанту оподаткування та, відповідним чином, розробляється прийнятна правова форма виконання бізнес-процесів. Внаслідок обчислення податкових наслідків підбирається юридично правильне оформлення господарських операцій та здійснення бізнес-процесів в цілому.

Список використаних джерел:

1. Маліков, В. В., & Абрамова, О. С. (2012). Розробка стратегії податкового планування на підприємстві. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*, (2), 13-17.
2. Шкроміда, Н. Я. (2015). Податкове планування як елемент формування облікової політики на підприємстві. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка*, (11), 141-145.
3. Шкроміда, В. В. (2008). Облікові аспекти відображення фінансових потоків підприємства. *Доступний з http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vpu/Ekon/2008_6/50.pdf*.
4. Powell, L. M., & Chaloupka, F. J. (2009). Food prices and obesity: evidence and policy implications for taxes and subsidies. *The Milbank Quarterly*, 87(1), 229-257.
5. Epstein, L. H., Dearing, K. K., Roba, L. G., & Finkelstein, E. (2010). The influence of taxes and subsidies on energy purchased in an experimental purchasing study. *Psychological Science*, 21(3), 406-414.

ЩЕРБАК А.В.*, *магістрант,
спеціальність «Облік і аудит в управлінні АПК»,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ ОБЛІКУ МАЛОЦІННИХ ТА ШВИДКОЗНОШУВАНИХ ПРЕДМЕТІВ

Раціональна організація документального оформлення обліку в сучасних умовах господарювання є важливим елементом оперативного управління на підприємстві. Так, облік малоцінних та швидкозношуваних предметів охоплює велике коло господарських операцій, що потребує відповідної їх організації для надання необхідної інформації для управління й контролю на підприємстві.

Значення первинної документації в бухгалтерському обліку є багатограним. Вони не тільки підтверджують факт здійснення певної господарської операції, а й служать основою для складання фінансової звітності підприємства.

* Науковий керівник – Бірюк О.Г., к.е.н., доцент, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».

Дослідженнями встановлено, що для документального оформлення обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів доцільно розрізняти документи бухгалтерського й оперативного обліку. Так, до первинних документів бухгалтерського обліку відносять документи, якими оформлюється відпуск малоцінних предметів у виробництво, їх списання тощо, а до первинних документів оперативного обліку – документи, які відображають передачу зазначених предметів у ремонт, поповнення їх запасу в роздавальних коморах, видачу МШП працівникам, їх повернення тощо.

Згідно із п. 23 П(С)БО 9 «Запаси» вартість малоцінних та швидкозношуваних предметів, що передані в експлуатацію, виключається зі складу активів (списується з балансу) з подальшою організацією оперативного кількісного обліку таких предметів за місцями експлуатації і відповідними особами протягом строку їх фактичного використання [1].

При цьому облік операцій з видачі інструментів та пристосувань загального призначення зі складу в підрозділі можна здійснювати за двома варіантами. Така альтернативність організації обліку операцій з видачі інструментів та пристосувань загального призначення зі складу в підрозділі дає можливість розглядати їх як елемент облікової політики підприємства [2].

За першим варіантом організація обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів передбачає порядок, за яким операції з одержання інструментів і пристроїв зі складу, повернення їх на склад, що стали непридатними, та зношених інструментів можуть оформлюватися або первинними бухгалтерськими документами типової форми, які затверджені наказом Міністерства статистики України «Про затвердження типових форм первинних документів з обліку сировини і матеріалів» від 21.6.1996 року № 193 [3] або первинними документами оперативного обліку типової форми, які затверджені наказом Міністерства статистики України від 22.05.1996 року № 145 [4].

За другим варіантом організація обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів передбачає порядок, за яким оформлюються лише операції з передачі інструмента і пристроїв, що спричиняють зміни запасів МШП у відповідальних підрозділах (метод обліку оборотного (обмінного) фонду інструментів в експлуатації). За таких умов відповідальні підрозділи обмінюють на складі непридатні, зношені інструменти і пристрої на придатні штуки за штуку. Такий метод не зумовлює зміну запасів інструментів у відповідальних підрозділах і тому не потребує спеціального первинного документу на обмін. Так, всі операції з обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів за другим варіантом повинні оформлюватися первинними документами оперативного обліку типової форми, які затверджені наказом Міністерства статистики України від 22.05.1996 року № 145 [4]. Так при застосуванні другого варіанту обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів за методом обліку оборотного (обмінного) фонду використовують такі первинні документи оперативного обліку типової форми як: «Відомість на поповнення (вилучення) постійного запасу інструментів (пристроїв)» (ф. №МШ-1) - використовується для обліку заміни запасу інструментів у виробничих підрозділах на тих підприємствах, на яких облік ведеться шляхом встановлення постійного

обмінного фонду. Відомість складають у двох примірниках: один - в цеху, другий – на складі.. На підставі її даних вносяться зміни до Карток складського обліку (ф. № М-12); «Картка обліку малоцінних і швидкозношуваних предметів» (ф. №МШ-2) - призначена для обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів, які видані зі складу робітникам для тривалого користування. Заповнюють цю форму на кожного робітника, який одержує малоцінні та швидкозношувані предмети зі складу і розписується в ній. Під час видачі інструментів застосовують інструментальні картки - окрема картка на кожний інструмент; «Акт вибуття малоцінних та швидкозношуваних предметів» (МШ-4) призначена для оформлення поломки або втрати малоцінних та швидкозношуваних предметів з вини робітника. Акт складається у двох примірниках, один з яких залишається в цеху, а другий подається в бухгалтерію для утримання з робітника вартості поламаного, зіпсованого чи втраченого предмета. При пред'явленні працівником акту вибуття замість непридатного чи втраченого предмета йому видається придатний, що записується в Картці обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів; «Акт на списання інструментів (пристроїв) та обмін їх на придатні» (ф. №МШ-5) використовується для оформлення списання інструментів, що стали непридатними, та обміну їх на придатні за наявності на підприємстві обмінного фонду. Акт складає комісія. На підставі цього акту бухгалтерія списує МШП [4].

Другий варіант організації обліку МШП доцільно використовувати на підприємствах із добре організованою системою складського й інструментального господарства, а також належною організацією їх обліку і контролю [2].

Отже, узагальнюючи вищезазначене, можна зробити висновок, що облік операцій з видачі інструментів та пристосувань загального призначення зі складу в підрозділі має альтернативні варіанти відображення в обліку, що дає можливість розглядати їх як елемент облікової політики підприємства. На організацію їх обліку не буде мати вплив галузева особливість діяльності підприємства, а будуть впливати такі фактори як величина підприємства та його організаційна структура. При цьому затверджена на законодавчому рівні сукупність форм первинних документів з обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів дає можливість побудувати систему їх обліку, яка б враховувала фактори впливу, зокрема масштаби підприємства, його організаційну структуру та об'єктивні умови його функціонування.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 року. Дата оновлення: 09.12.2011. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99> (дата звернення: 20.02.2019).
2. Бірюк О.Г. Формування облікової політики щодо малоцінних та швидкозношуваних предметів. *Фінанси, облік і аудит*. Збірник наук. праць. Вип. 12. К.: КНЕУ. 2008. С.197-203.

3. Типові форми первинних облікових документів з обліку сировини і матеріалів, затверджені наказом Міністерства статистики України від 21.06.1996 року №193. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0193202-96> (дата звернення: 20.02.2019).
4. Типові форм первинних облікових документів з обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів, затверджені наказ Міністерства статистики України від 22.05. 1996 року №145. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0145202-96> (дата звернення: 20.02.2019).

ЯСИШЕНА В.В., к.е.н., доцент, докторант,
Тернопільський національний економічний університет

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ

Науковці і практики на сьогоднішній день відмічають необхідність і важливість проведення досліджень у сфері вивчення нематеріальних активів, які займають ключові позиції на мікро- і макрорівнях розвитку вітчизняної, а також світової економіки.

Дослідження соціально-економічних концепцій розвитку економіки в історичному розрізі, які викладені в працях таких видатних науковців як А. Сміт, Ф. Найт, Ф. Махлуп, У. Ростоу, Дж. К. Гелбрейт, Д. Белл, П. Друкер дозволило виокремити ключові аспекти, які вплинули на еволюцію нематеріальних активів, а саме: підкреслено велике значення знань для покращення виробничого процесу; для досягнення досконалих результатів, необхідно, розумове і матеріальне об'єднання різних індивідів, які будуть знаходитись у взаємодії; людина розглядається як капітал, а від вмілого використання і примноження знань, навичок залежить зростання продуктивності праці і розвиток виробництва в цілому; для створення попиту на благо необхідна реклама, в тому числі і «дута»; фактор прогресу – це знання, або те, що можна позначити терміном «Винаходи» в широкому сенсі; проблема винаходів ускладнюється через необмежене поширення одного разу виробленої ідеї; важливе значення та роль інтелектуального капіталу в діяльності підприємств розкривається через професійну майстерність і управлінські здібності персоналу; отримання приватної і суспільної вигоди від інвестицій в знання і важливість цього ресурсу для економічного росту; ріст технічного знання і викликаний ним ріст виробництва є важливими факторами в аналізі економічного росту; запас знань може бути збільшений за рахунок особливих зусиль і ресурсів, які направляються на розвиток освіти – це змінна, яка може значно підвищувати запас фундаментального і прикладного знання; в економічних і соціальних секторах відбулося розподілення інтелектуальної і фізичної праці, а також зміна у співвідношенні невиробничих і виробничих працівників у багатьох галузях; коріння постіндустріального суспільства лежить

у безпрецедентному впливі науки на виробництво; постіндустріальне суспільство розкриває якісно нові можливості розвитку особистості, а поширення нових професій є підґрунтям для більш докладного вивчення виникнення класу науково-технічних працівників; в постіндустріальному суспільстві є складність у визначенні вартості інформаційних товарів; інформація може виступати основним виробничим ресурсом постіндустріального суспільства, тоді як знання залишається внутрішнім джерелом його прогресу; сучасна інформаційна революція не має прецедентів щодо зниження вартості і широти розповсюдження інформації, а також за швидкістю й розмахом впливу на суспільство, що неможливо обрахувати в цифрах.

На сьогоднішній день економісти відмічають ключові позиції, які займають НМА в розвитку світової економіки. Підтвердженням цього є робота проведена компанією Osean Tomo (Osean Tomo, 2017), яка надає послуги з управління активами інтелектуальної власності, а також проводить щорічні дослідження ринкової вартості (IA). Ними встановлено, що в 500 акціонерних компаніях США з найбільшою ринковою капіталізацією протягом 40 років відбулася зміна у питомій вазі матеріальних активів по відношенню до нематеріальних активів. За цей період частка (IA) зросла з 17 % до 84 %. Це вказує на те, що в ринковій вартості компаній відбувається стійка динаміка до росту частки (IA) протягом тривалого періоду [4].

Починаючи з 70-их років XX ст. відбувається розвиток сфери послуг, що спонукає нематеріальне виробництво. В сьогодинішньому постіндустріальному суспільстві основним виробничим ресурсом є інформація та знання, застосовуються нові наукомісткі технології та інформаційно-інтелектуальні технології, які носять нематеріальний характер. Інформація передається зі швидкістю, що постійно зростає, а обробка масивів інформації, що постійно зростають, покладена на більш потужні комп'ютери. Отже, відбувся перехід від матеріального до нематеріального виробництва. Матеріальні ресурси, капітал відійшли на другий план, а на перший план вийшли інформація і знання, як основні ресурси сьогодинішнього суспільства. Перевага нематеріальних ресурсів над матеріальними полягає в тому, що першим властива невичерпна (необмежена) природа на відміну від останніх. Нематеріальні активи можна швидко розмножувати (тиражувати) і розповсюджувати, що є одночасно їх позитивною і негативною властивістю. Суб'єкти, які опанували нові знання, нові технології, нову інформацію, мають значну конкурентну перевагу, але одночасно зберегти її від конкурентів тривалий період дуже важко. В інформаційному суспільстві людина виступає носієм інформаційно-інтелектуальної технології, а вміння і знання людини стають одним з головних виробничих ресурсів. Значно зросло число людей, зайнятих інформаційними технологіями, комунікаціями, виробництвом інформаційних продуктів і послуг. Людина, озброївшись науково-технічними знаннями, переважно займається творчою працею. Головним об'єктом вкладення капіталу стають знання і інтелект людини, що в подальшому визначає успіх підприємства і збільшення його вартості.

На думку багатьох учених, сьогодні відбувся новий етап розвитку постіндустріального суспільства, що пов'язаний не просто з стрімким розвитком сфери послуг, освіти і науки, а зі значним примноженням спеціалізованих знань у різних галузях.

У своїй монографії Н. Ю. Пузиня зазначає, що існує вже й віртуальна економіка, пов'язана з розвитком електронної комерції та продажем «неіснуючих віртуальних товарів» – всіляких атрибутів ігрових сервісів, рейтингів, поінтів, внутрішніх валют, ігрових амуніцій для персонажів та ін. Користувачі готові платити за це реальні гроші. Можна щодня генерувати нові одиниці цікавого користувачеві контенту [2, с. 11].

У вітчизняному законодавстві поняття «нематеріальні активи» з'явилося в законодавстві України з 1993 року, де вони розглядалися як об'єкти права інтелектуальної, в т. ч. промислової власності, інші об'єкти права власності та користування, а з введенням П(С)БО 8 у вітчизняне законодавство, було вперше наголошено, що нематеріальний актив – це немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований.

Отже, розвиток економічної категорії «нематеріальний актив» і його правове регулювання у вітчизняному законодавстві з 1993 р. було регламентовано нормативно-правовими документами, частина з яких вже втратили чинність: Положенням про організацію бухгалтерського обліку та звітності в Україні, затверджене постановою КМУ від 03.04.1993 р. № 250 (не чинний); Порядком експертної оцінки нематеріальних активів, затверджений наказом Фонду держмайна України з питань науки і технологій від 27.07.1995 р. № 969/97 (не чинний); Законом України «Про оподаткування прибутку підприємств», від 28.12.1994 р. № 334/94-ВР (не чинний); П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», затверджений наказом МФУ від 18.10.99 р. № 242; Методичними рекомендаціями з бухгалтерського обліку нематеріальних активів, затвердженими Наказом МФУ від 16.11.2009 р. № 1327; Податковим кодексом № 2755-VI від 2.12.2010 р.; НП(С)БОДС 122 «Нематеріальні активи» № 1163 від 25.11.2014 р.

Серед вчених-економістів існують різні підходи щодо розуміння поняття «нематеріальні активи»: економічний, юридичний, бухгалтерський, оціночний. Ці підходи розкривають сутність, місце, роль та значення нематеріальних активів для розвитку і здійснення фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання. Одночасно різноманітність підходів щодо розуміння сутності нематеріальних активів створює складності і важкість побудови методики їх обліку і відображення у фінансовій звітності, що спостерігається у науковій літературі і нормативних документах з цього питання.

Перехід підприємств і інших компаній на МСФЗ є дуже актуальним і складним питанням, яке викликає низку труднощів. Ці труднощі, в першу чергу, пов'язані з тим, що МСБО та МСФЗ дещо відрізняються від П(С)БО, в результаті виникають деякі розбіжності і спірні питання. Як зазначав ще у 2009 р. З. В. Задорожний, що доцільніше було б ліквідувати розбіжності між національними і міжнародними стандартами обліку і фінансової звітності з метою забезпечення відображення реального фінансового стану підприємства як

об'єкта інвестування [1, с. 351]. Відповідно, що це також стосується МСБО 38 «Нематеріальні активи» і П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», які мають низку відмінностей.

Потрібно повністю погодитися з П. Друкером щодо підняття питань, які є надзвичайно актуальними сьогодні. Мова йде про традиційну систему обліку, яка акумулює дані про внутрішній стан господарюючого суб'єкта і майже не дає інформації для виконання стратегічних завдань вищого керівництва. Вчений акцентує увагу на важливості розробки ефективних інформаційних систем для прийняття рішень найвищим керівництвом, які будуть забезпечувати збір і організацію інформації про зовнішній світ. Зовнішня інформація для потреб управління буде ставати все важливішою і більш терміновою. Він вважає, що сучасна інформаційна революція не має прецедентів щодо зниження вартості і широти розповсюдження інформації, а також по швидкості й розмаху впливу на суспільство, що неможливо обрахувати в цифрах [3].

Складність обліку нематеріальних активів також полягає в тому, що вони включають в себе різні за природою об'єкти. У зв'язку з тим, що на сьогоднішній день існує і створюється безліч різних нематеріальних активів, а також через існування розбіжностей у економічному і бухгалтерському підходах до розуміння їх суті відбувається значний розрив між методологією бухгалтерського обліку НМА і сучасними вимогами економіки. На сьогоднішній день зберігається потреба у подальшому розвитку і проведенні досліджень у сфері вивчення нематеріальних активів, які мають значний вплив на формування вартості підприємства і конкурентоспроможність вітчизняної економіки в цілому.

Список використаних джерел:

1. Задорожний З. Проблеми законодавчого регулювання бухгалтерського обліку в Україні. *Економічний аналіз*: зб. наук. праць каф. екон. аналізу ТНЕУ. Тернопіль, 2009. Вип. 4. С. 350-353.
2. Пузыня Н. Ю. Оценка и управление нематериальными активами компании. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. 179 с.
3. Drucker P. The next information revolution URL: <http://www.s-jtech.com/Peter%20Drucker%20-%20the%20Next%20Information%20Revolution.pdf>
4. Intangible Asset Market Value Study. The research is carried out by the company Ocean Tomo, LLC (2017). URL: <http://www.oceantomo.com/intangible-asset-market-value-study/>

Секція II. Діджиталізація у сфері фінансових послуг

АЛЕСКЕРОВА Ю.В., д.е.н.,
старший науковий співробітник,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Вінницький національний аграрний університет

АСТАПКЕВИЧ А.О., магістрант,
Вінницький національний аграрний університет

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ КОНТРОЛЕМ (НАГЛЯДОМ) ЗА СТРАХОВИМИ КОМПАНІЯМИ

Орган з нагляду за фінансовими організаціями-офісами Канади (Офіс начальника фінансових установ, OSFI) є незалежним агентом при уряді Канади, створеному в 1987р. в цілому підвищує загальну довіру до канадської фінансової системи, забезпечуючи її надійність і безпеку.

Цей орган здійснює нагляд і нормативно-правове регулювання діяльності банків, страхових компаній, трастових і кредитних організацій, кредитних кооперативів, державних пенсійних фондів.

Страховий нагляд, що здійснює OSFI, являєть ризик-орієнтованим.

У своїй роботі OSFI керується встановленими нормативними документами принципами.

1. Орієнтація на «матеріальні» ризики. Оцінка ризиків, що проводиться органом страхового нагляду, спрямована на ризики страховика, які можуть з'явитися потенційною причиною збитків страхувальників.

2. Перспективний нагляд, раннє втручання. Виявлення ризиків страховика дозволяє визначати проблеми страховика на ранніх стадіях і вживати своєчасних коригуючих заходів, що підвищує ймовірність успішного усунення виявлених недоліків і вирішення проблем.

3. Мотивоване прогнозне судження. Оцінка ризиків, що проводиться OSFI, повинна бути заснована на мотивованому судженні. Для забезпечення якості оцінки ризиків судження органу страхового нагляду повинні бути чітко обґрунтовані.

4. Розуміння джерел ризиків. Оцінка ризиків вимагає розуміння джерел «матеріальних» ризиків. Для цього необхідне знання бізнес-моделі страховика (страхових продуктів і їх структури, стратегій, процесів, «апетиту» до ризику) і його зовнішнього середовища. Розуміння можливих напрямків розвитку ризиків і тяжкості наслідків у разі їх реалізації важливі для раннього виявлення проблемних зон діяльності страховиків.

5. Різниця між ризиками, притаманними діяльності страхової організації, і управлінням ризиками. Оцінка ризиків вимагає розмежовувати ризики, властиві

організації, і управ. ня цими ризиками. Це розмежування має вирішальне значення для встановлення очікування від управління ризиками та визначення відповідних коригувальних дій, коли це необхідно.

6. Динамічне регулювання. Оцінка ризиків повинна відбуватися на постійній основі з метою виявлення змін в ризиках які притаманні страховику, так і виникають у зовнішньому середовищі. Наглядовий процес OSFI повинен бути гнучким, щоб виявлені зміни в ризиках відбивалися в оновленні пріоритети напрямів наглядової діяльності.

7. Оцінка організації в цілому. Цілісна оцінка передбачає оцінку доходів і капіталу компанії щодо загального ризику, притаманного найбільш важливих галузей діяльності компанії, а також оцінку ліквідності страховика.

Для ефективної реалізації зазначених принципів органом страхового фінансового контролю (нагляду) застосовується мотивоване судження при виявленні та оцінці ризиків страховика, а також з метою визначення найбільш прийнятних наглядових методів під підтвердженням ефективного управління ризиками керівництвом компанії. Для оцінки притаманних страхової організації ризиків OSFI виділяє шість категорій ризиків: кредитний ризик, ринковий ризик, страховий ризик, операційний ризик, ризик порушення законодавства і вимог регулятора та стратегічний ризик.

Залежно від виявлених ризиків і їх рівнів, наглядовий орган до проведення перевірок заходів розробляє свої вимоги до якості систем управління ризиками та внутрішнього фінансового контролю конкретного страховика. чим вище рівень ризику, тим жорсткішою повинна бути діюча система внутрішнього контролю. Глибина наглядових заходів залежить від природи, розміру, складності ризиків, що впливають на діяльність страховика, і масштабу потенційних наслідків банкрутства. У разі виявлення ризикових зон і проблемних областей діяльності компанії ступінь втручання органу страхового нагляду буде залежати від оцінки перевіряючими ризиків, яким вона схильна до, відповідно до нормативними документами.

З метою здійснення державного страхового нагляду виділяються особливо значущі компоненти корпоративного управління, найбільш важливі для страхових організацій: чітко побудованої системи управління ризиками та внутрішнього фінансового контролю.

Рада директорів і вище керівництво страховика несуть повну відповідальність за забезпечення надійності та платоспроможності страховика, а також за відповідність діяльності чинному законодавству. Рада директорів відповідальний за склад керівництва, визначення напрямків діяльності та загальний контроль за діяльністю менеджменту і організації в цілому. Вище керівництво в свою чергу відповідає за впровадження рішень, прийнятих радою директорів, і контроль за операціями компанії.

У разі якщо дії органу страхового нагляду недостатньо чітко прописані або законодавством не враховані ситуації, які зустрічаються на практиці, для здійснення розумних раціональних дій Нацкомфінпослуг України доводилося вибирати - порушувати вимоги законодавства або здійснювати неефективні дії, прописані в нормативних правових актах.

Для виправлення ситуації, що склалася в Україні, необхідно законодавчо встановити вимогу до обов'язкової наявності систем управління ризиками, внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту страхових компаній, а також розробити загальні вимоги і рекомендації до їх функціонування. Орган страхового нагляду (фінансового контролю) повинен тісно взаємодіяти з керівництвом страхових компаній, даючи рекомендації щодо поліпшення якості систем корпоративного управління, підвищення їх ефективності для поліпшення показників діяльності страхових компаній і в кінцевому підсумку захисту прав страхувальників.

Список використаних джерел:

1. Алескерова Ю. В., Сідак О. М. Управління капіталом страхових компаній. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 18. С. 300-306.
2. Алескерова Ю. В., Черній О. М. Розвиток інноваційної діяльності в страхових компаніях України. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 20. С. 208-213.
3. Алескерова Ю. В., Черній О. М. Аутсорсинг в управлінні інноваціями страхової компанії. Зб. тез доповідей XXI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. "Літні наукові дискусії" (м. Вінниця, 15 черв. 2018 р.) Ч. 1. - Вінниця, 2018. С. 73.
4. Алескерова Ю. В., Ременюк А. Р. Управління фінансовими ресурсами державних підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 30 Ч. 2. С. 45-47.
5. Сідак О. М., Тодосійчук В. Л. Менеджмент капіталу страхової компанії. Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. "Актуальні питання менеджменту та маркетингу" (м. Запоріжжя, 27-28 квіт. 2018 року). Херсон: «Молодий вчений», 2018. С. 57-61.

БАХАРСВА Я.В., асистент
кафедри економічної кібернетики,
Вінницький національний аграрний університет

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОБІЛЬНОГО БАНКІНГУ ТА ЙОГО БЕЗПЕКА ДЛЯ КОРИСТУВАЧІВ

Характерною рисою сучасного процесу цифровізації у банківській сфері є її поділ на окремі компоненти з подальшим реконструюванням новими цифровими банками у вигляді нових форм та бізнес-моделей. Досить швидкими темпами відбувається перехід від традиційної вертикальної структури до горизонтальної структури окремих складових, які можна компонувати разом за бажанням користувача банківських послуг, в чому чітко проявляється компонентна структура сучасної банківської діяльності. Банк як послуга (Baas) є порівняно новою моделлю банківського бізнесу та ґрунтується на хмарних структурах електронного банкінгу. Модульність банків як новий спосіб їх

функціонування перетворила банківські процедури в додатки, а банківські операції в інтерфейси [1].

Сучасний розвиток мобільних гаджетів спонукав швидке трансформування мобільного банкінгу у невід'ємну складову «цифрового» життя пересічного користувача банківських послуг. Сьогодні вже не є дивиною можливість керування власними рахунками та здійснення безконтактної оплати за допомогою сумісного iPhone або старт-годинника Apple Watch.

Apple Pay стала у 2018 році однією з найбільш очікуваних платіжних інновацій в Україні, яка запропонувала користувачам новий споживчий досвід: швидко та зручно платити за допомогою мобільного форм-фактору та при цьому користуватися всіма перевагами платежів за картками, включно зі спеціальними пропозиціями та привілеями, а також високі стандарти безпеки [2].

Для здійснення безконтактних платежів за допомогою цих пристроїв передбачено необхідність проходження попередньої авторизації з використанням таких способів як Touch ID, Face ID або пароль. Технологія Touch ID свого часу стала справжнім проривом в області аутентифікації по відбитку пальця, а Face ID – це абсолютно новий рівень розпізнавання користувача по обличчю. Face ID являє собою інтуїтивний і надійний метод аутентифікації, в основі якого лежить створення структурної карти особи за допомогою інноваційної системи камер TrueDepth і передових технологій. Розробники різних додатків можуть дозволити авторизацію в своїх програмах за допомогою Face ID. Якщо програма підтримує Touch ID, значить, вона підтримує і Face ID. Технологія Face ID доступна на iPhone X і більш пізніх моделях і iPad Pro з процесором A12X Bionic.

Face ID – це результат об'єднання найпередовіших апаратних і програмних компонентів Apple. Камера TrueDepth захоплює дані особи, проектує на нього і аналізує більше 30 000 невидимих точок. Таким чином пристрій становить детальну структурну карту особи, а також його зображення в інфрачервоному спектрі. Фрагмент нейронного ядра мікропроцесорів A11, A12 Bionic і A12X Bionic, захищений модулем Secure Enclave, перетворює карту глибини та інфрачервоне зображення в математичне уявлення, яке порівнюється з зареєстрованими даними особи. Імовірність несанкціонованого розблокування пристрою за допомогою Face ID, становить 1 з 1000000, якщо зареєстрований лише один зовнішній вигляд.

Технологія Face ID може навіть визначати вашу увагу. Вона розпізнає обличчя, тільки якщо очі відкриті і ви дивитесь на пристрій. Це ускладнює завдання розблокувати пристрій без відома власника (наприклад, під час сну) [3].

Послуга Apple Pay в Україні у 2018 році стала доступною для користувачів таких банків, як: ПриватБанк, Ощадбанк, Монобанк, Банк Восток, ПУМБ, Укрсіббанк, Альфа-Банк та активно впроваджується іншими банками, зважаючи на те, що три чверті POS-терміналів в країні мають можливість приймати безконтактні платежі та нараховується понад 35 млн. активних банківських карток.

Варто відмітити, що для роботи сервісу безконтактних розрахунків не потрібне під'єднання до мережі Internet, а реквізити платіжної карти не зберігаються на пристроях та нікому не передаються під час здійснення

транзакції – максимальний рівень захисту платіжної транзакції забезпечує технологія токенизації (заміни необхідності передачі персональних даних та реквізитів унікальним одноразовим шифрованим кодом – токеном). Популярність використання даного сервісу спонукала до зацікавленості банківських та фінансово-технічних компаній до такого виду карт, як *greapaid*-карти (віртуальні картки, по яких не встановлюється плата за обслуговування).

Основними стратегічними напрямками розвитку вітчизняних банків є конвергенція банківських продуктів та банкінгу як послуги; впровадження інноваційних технологій банківського обслуговування в режимі реального часу поряд з використанням класичного дистанційного банківського сервісу; розвиток знань про клієнтів та індивідуальний підхід до задоволення їх потреб; надання банківських сервісів як послуг з використанням хмарних технологій та ін.

Трансформування звичних для нас банківських установ в ІТ-компанії з банківськими ліцензіями, про які неодноразово зазначали вітчизняні та закордонні представники банківської сфери, вимагатиме від них застосування *Agile*-методології при розробці продуктів, перебудови ІТ-архітектури банківських установ (для забезпечення готовності до великих онлайн-навантажень, збільшення кількості опрацювань транзакцій, гарантування доступності основних клієнтських бізнес-сервісів), підвищення ефективності роботи ІТ-інфраструктури та служби підтримки бізнес-процесів.

Наступним кроком у розвитку цифрового банкінгу, на думку вітчизняних фахівців, є збільшення можливостей застосування в банківській сфері технології *Blockchain* та заплановане впровадження у поточному році НБУ *е-гривні*.

Для користувачів банківськими цифровими продуктами їх ефективність вимірюється вартістю здійснення транзакцій, тому чим нижча ця вартість та менший час їх здійснення, тим активніше клієнти користуватимуться такими послугами. Також важливою складовою електронного банкінгу є інформування клієнтів про ступінь захищеності їх коштів під час проведення платежів, що спонукає банківські установи запроваджувати найновіші технології захисту персональних даних, що розробляються виробниками мобільних пристроїв та спеціальних банківських додатків.

Список використаних джерел:

1. Цифровой банк: как создать цифровой банк или статья им / Крис Скиннер; пер. с англ. Сергея Смирнова. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 320 с.
2. В Україні розпочав роботу платіжний сервіс *Apple Pay*. URL: <https://glavcom.ua/economics/finances/v-ukrajini-rozpochav-robotu-platizhniy-servis-apple-pay-498083.html>
3. Сведения о передовой технологии *Face ID*. URL: <https://support.apple.com/ru-ru/HT208108>

ВЕРЕМІЙ Я.С.*, студентка,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

В Україні в умовах формування ринкової економіки значення набуває ефективно організований фінансовий ринок, який необхідний для нормального та успішного функціонування країни, а також для розвитку соціальної сфери. Фінансовий ринок створився в разі потреби додаткової мобілізації коштів для фінансового забезпечення розвитку економіки в країні. Також він є барометром економіки, який працює за низьких темпів інфляції, сприятливого політичного клімату, стабільного законодавства.

Фінансовий ринок України функціонує досить незначний період порівняно з ринками економічно розвинених країн, має певні недоліки, які слід усунути, але для цього потрібно дослідити тенденції, що склались на ньому. Формування ефективного фінансового ринку вимагає погоджень щодо стратегії його розвитку.

Сьогодні найактивнішими інституційними учасниками фінансового ринку України виступають національний та комерційні банки, страхові компанії, фондові біржі, адже саме вони складають найбільшу частку фінансових ресурсів і мають безпосередній вплив на розвиток виробництва в країні, інвестиційний клімат і добробут населення.

Банківський сектор є найбільшою складовою фінансового ринку України з активами, які складають велику частку усіх фінансових установ. Тому негативні фактори стали найбільш помітними саме в цьому секторі. Кількість банківських установ, що мають ліцензію, з 2014 року зменшується. Станом на 2018 рік функціонують 38 банків з іноземним капіталом, що свідчить про сильну залежність банківської та фінансової систем від зовнішніх джерел ресурсів [1].

Також важливим є те, що деякі складові фінансового ринку в Україні розвинуті добре (кредитний ринок), а інші перебувають у стадії розвитку (фондовий ринок). Фондовий ринок посідає вагоме місце в структурі всього фінансового ринку. Його недостатня розвиненість не дає змогу розвиватись повною мірою іншим складовим фінансового ринку. На початок 2018 року кількість цінних паперів, зареєстрованих Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку, становить 3 млрд. грн., що менше на 7 млрд. грн., ніж у 2016 році [1].

Домінуючі позиції на фінансовому ринку займають страхові компанії. Вони кількісно не посідають перше місце, але акумулюють понад 53 % усіх активів та мають потенціал для сприяння сталому розвитку підприємництва в Україні

* Науковий керівник – Костюк В. А., к.е.н., доцент кафедри банківської справи та страхування, Національний університет біоресурсів і природокористування України.

шляхом розміщення страхових резервів у реальному секторі економіки. Згідно з аналізом економістів покриття страхового поля в Україні сьогодні складає 5 %, коли у розвинутих країнах Європи воно становить близько 90 %. Це свідчить про велику кількість невикористаних резервів. Причиною може бути неефективне функціонування національної економіки [2].

Ринок страхових послуг є другим за рівнем капіталізації серед небанківських фінансових ринків. Загальна кількість страхових компаній на 2017 рік становила 361. Кількість страхових компаній має тенденцію до зменшення. Так, станом на 2019 рік зафіксовано 292 компанії [2].

Стабільність фінансової системи держави, її ефективність і платоспроможність, мобілізація та перерозподіл фінансових ресурсів, у першу чергу, залежать від розвитку фінансового ринку в країні.

Загалом стан фінансового ринку впливає на платоспроможність та стабільність фінансової системи. Тому вдосконалення системи регулювання фінансового ринку потребує таких змін:

- моніторинг діяльності фінансових установ з боку регуляторів задля своєчасного виявлення проблемних питань у поточній роботі фінансових установ та своєчасно реагувати на загрози;
- санація або ж ліквідація неплатоспроможних банківських установ, врегулювання питання продажу, передачі, проблемних активів через формування законодавчої бази діяльності установ, основною функцією яких буде робота із проблемними активами;
- вирішення питання реструктуризації кредитів;
- оздоровлення фінансової системи через державну підтримку та підтримку з боку власників фінансових установ, впровадження механізмів конвертації депозитів в акції банків;
- стабілізація, яка потребує забезпечення функціонування системи ефективного нагляду спрямованого на попередження виникнення загроз;
- посилення системи захисту прав інвесторів і споживачів шляхом впровадження відповідної законодавчої бази;
- відновлення довіри населення до банківської системи;
- рефінансування фінансового сектору з контролем використання наданих коштів, в окремих випадках – участі держави в капіталах банків;
- створення державного банку розвитку, через який можна спрямувати потоки державних коштів для підтримки пріоритетних інвестиційних та інноваційних проектів, забезпечити доступ суб'єктів господарювання до довгострокових кредитних ресурсів, що, в свою чергу, стимулюватиме розвиток експортного потенціалу [3].

Тільки контроль може сприяти досягненню мети, що полягає у створенні високоліквідного та ефективного фінансового ринку в Україні, який необхідний державі і який зможе інтегруватись у світові фінансові ринки.

Для України становлення та подальший розвиток фінансового ринку є передумовою появи потужного джерела інвестицій, що будуть спрямовуватися в секторі економіки держави, шляхом акумуляції вільних грошових коштів.

Таким чином, стратегія розвитку фінансового ринку України надасть можливість забезпечити його прозорість, створить сприятливі умови для потенційних інвесторів і підвищить ліквідність фінансових інструментів ринку.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт НБУ. URL: <http://www.bank.gov.ua>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Шишпанова Н., Іванов А. Фінансовий ринок: сучасний стан, проблеми на перспективи розвитку. *Modern Economics*. 2017. № 1. С. 66–72.

ДЗІЮМЕНКО О.О.*, студентка,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ

В сучасних ринкових умовах кредитування – це одна із основних банківських операцій, вона необхідна для фінансування цілей підприємств, фірм, організацій, фізичних осіб і державних організацій. Від того, наскільки ефективно банківські установи будуть реалізовувати свої кредитні функції, залежить розвиток всієї економіки держави. Одночасно із тим кредитні операції дають банківським установам основну частину доходу [1].

В основному кредитування економіки в Україні здійснюється банками. У сучасних ринкових умовах в країні, відбувається тенденція до зниження їх кількості. З 2014 року НБУ почав масштабне «очищення» банківського сектора. На 1 січня 2016 року, з 182 зареєстрованих банківських установ лише 117 були діючими. За офіційними даними НБУ, станом на 01. 01. 2019 року в Україні зареєстровано 77 банків, що на 40 установ менше ніж на 01.01.2016 і на 86 порівняно із 2015 та на 19 банків в 2017 (163 і 96 банківських установ відповідно) [2, 3].

Основним наслідком закриття такої кількості банків є припинення кредитування ними підприємств і домогосподарств, надалі клієнти закритих банків можуть не знайти новий банк для отримання кредитів (дана ситуація може статися через жорсткі вимоги до позичальників і відсутність позитивної кредитної історії з іншим банком). Правильна організація банківського кредитування, розробка ефективної та гнучкої системи управління кредитними операціями, належне забезпечення його оперативною та достовірною обліковою

* Науковий керівник – Костюк В. А., к.е.н., доцент кафедри банківської справи та страхування, Національний університет біоресурсів і природокористування України.

інформацією, створення власної внутрішньої кредитної політики та її реалізації, а також формування та аналіз кредитного портфеля банку є основою фінансової стабільності і ринкової стійкості, а також подальшого ефективного функціонування комерційних банків [4].

З метою виявлення інтенсивності динаміки кредитної діяльності банківських установ дослідимо її за видами, а саме: кредитування фізичних осіб та кредитування суб'єктів господарювання (табл. 1).

Таблиця 1

Кредити надані банківськими установами за період 2015-2018 рр. [2, 5]

Показники	Роки				
	2015	2016	2017	01.01.2019	Темп змін 2019/2015
Кредити надані всього, млн.грн	1009768	1005 923	1036 745	1118 618	108850
Кредити, що надані фіз. особам, млн. грн.	175 711	157 385	170 774	196 634	20923
<i>Темп приросту кредитів, наданих фізичним особам, до попереднього періоду, %</i>	<i>0,00</i>	<i>-10,43</i>	<i>8,51</i>	<i>15,14</i>	<i>11,91</i>
<i>Частка кредитів, наданих фіз. особам, у загальній сумі, %</i>	<i>17,40</i>	<i>15,65</i>	<i>16,47</i>	<i>17,58</i>	<i>0,18</i>
Кредити, надані суб'єктам господарювання, млн грн	830632	847092	864 412	919 054	88422
<i>Темп приросту кредитів, наданих суб'єктам господарювання, до попереднього періоду, %</i>	<i>0,00</i>	<i>1,98</i>	<i>2,04</i>	<i>6,32</i>	<i>10,65</i>
<i>Частка кредитів, наданих суб'єктам господарювання, у загальній сумі, %</i>	<i>82,26</i>	<i>84,21</i>	<i>83,38</i>	<i>82,16</i>	<i>-0,1</i>

За наведеними даними у таблиці 1 можна зробити висновки, що обсяги наданих в цілому кредитів протягом 2015 – 2018 р. збільшувалися поступово та станом на 01. 01. 2019 р. становлять 1118618 млн. грн., що на 108850 млн. грн. більше ніж у 2015 р. Сума кредитів суб'єктам господарювання має тенденцію до збільшення (табл. 1), але їхній приріст невеликий і складає 2-6 %. Найбільший приріст таких кредитів на протязі досліджуваного періоду був станом на 01.01.2019 р. і склав 6,32 %.

Комерційні банки охоче працюють з корпоративним сектором (суб'єктами господарювання), пропонуючи їм найрізноманітніші кредити. Підприємці та

процвітаючі компанії користуються як цільовими кредитами, так і кредитами на будь-які бізнес-потреби, для підвищення виробництва та виходу на новий рівень економічних відносин [6].

Кредитний портфель корпоративного сектору, на протязі 2015-2018 рр. представлений переважно коротко- та середньостроковими кредитами в національній валюті нефінансовим корпораціям. За видами економічної діяльності кредитний портфель суб'єктів господарювання був представлений переважно кредитами, наданими представникам переробної промисловості та оптової і роздрібної торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів. Обсяг кредитних операцій з представниками сфери будівництва та нерухомості, є також вагомим [4, 6].

У випадку із кредитами, що надані фізичним особам ми спостерігаємо різкий спад обсягів наданих кредитів у 2016 році і він становив -10,43 %, та поступове збільшення протягом останніх двох років і станом на 01.01.2019 р. темп приросту становить 15,14 %, але необхідно зазначити, що незважаючи на зміну обсягів наданих кредитів, їх частка поступово збільшувалася.

Аналіз кредитів, наданих фізичним особам, протягом 2015-2016 р. свідчить про зменшення депозитної бази банків, погіршення платоспроможності кредиторів та зміни курсу валюти. У зазначений час простежувалися труднощі з обслуговуванням кредитів належними установами, особливо в іноземній валюті, через зміну курсу гривні до іноземних валют, зниженням реальної заробітної плати та міграцією. Нині дана ситуація ще зберігається, але статистичні дані свідчать про незначне покращення і стабілізацію ситуацію [5].

Якщо розглядати кредити надані банками України фізичним особам за визначений період, та можна зазначити, що впродовж 2015-2018 р. найбільшу частку серед кредитів займали споживчі кредити. Друге місце посідають кредити на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості (від 25 % до 40 %). Причиною цього є те, що ризики споживчого кредитування менші ризиків при кредитуванні на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості [4].

За результатами аналізу сучасного стану банківського кредитування виявлено такі тенденції його розвитку: поступове збільшення частки кредитів (після дуже різкого спаду), наданих фізичним особам, у загальному обсязі кредитування; переважання споживчих кредитів у структурі кредитів, наданих фізичним особам; поступове зменшення обсягів кредитування суб'єктів господарювання у загальному обсязі господарювання.

Підводячи підсумки дослідженого, можна стверджувати, розвиток кредитування на даний час в нашій країні знижується. Зменшується кількість банківських установ та зростають процентні ставки за кредитами. Обсяг кредитного портфеля банків відносно активів збільшується, натомість реальна його величина скорочується, це пов'язано зі зниженням якості кредитного портфеля, що в свою чергу призводить до зниження дохідності кредитних операцій банків та зростання рівня кредитного ризику. Для подолання цієї проблеми банки повинні більше приділяти уваги підвищенню якості кредитного портфеля.

Головним фактором, що впливає на сучасну кредитну діяльність банків в Україні є політична та соціальна нестабільність, а банківське кредитування для розвитку потребує досягнення умов макроекономічної стабільності. Для покращення ситуації в кредитуванні необхідно стабілізувати економічні, політичні і соціальних умов.

Список використаних джерел:

4. Мороз А. П. Підвищення ролі банківської системи в економічному зростанні: Види, функції та роль кредиту/ наук. ред. А. П. Мороз. К.: УФМТ, 2016. 23 с.
5. Офіційний сайт НБУ. URL: <http://www.bank.gov.ua>
6. Офіційний сайт Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>
7. Солоділова К. В., Шафранова О. В. Сучасний стан кредитування в Україні. *Молодий вчений*. 2017. № 3. С. 844-847.
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
9. Росола У. В., Щока Н. І., Ярмолюк М. С. Кредитна політика та аналіз сучасного стану кредитного ринку України. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2018. № 19. С. 181-188.

ДОЦЕНКО І.О., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький національний університет

**КРАУДФАНДИНГ ЯК КАТАЛІЗАТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ
ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

Тенденції світового розвитку характеризуються значним технічним прогресом, без новітніх прогресивних досягнень якого неможливо уявити сьогодні нашого життя. Оновлені технології, техніка, ефективне використання науково-технічного потенціалу підтверджують аксіому стосовно необхідності регулярного стимулювання інноваційного шляху розвитку економіки. Краудфандинг фінансових послуг є ефективним способом підвищення фінансової інклюзії в Україні.

Термін краудфандинг походить від поєднання двох слів – crowd (натоп, юрба, маса) і funding (фінансування) – це колективна співпраця людей (донорів), які добровільно разом об'єднують свої гроші або інші ресурси, як правило через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій (реципієнтів) [1].

Дослідження сутності краудфандінгу дозволяє стверджувати, що виникнення феномену краудфандінгу стало можливим лише завдяки формуванню інформаційно-інноваційної економіки. Перш за все краудфандинг є продуктом поширення інформаційно-комунікаційних технологій, насамперед, Інтернету.

Фінансування за схемою краудфандингу може виконувати різні функції - допомога постраждалим від стихійних лих, підтримка з боку вболівальників чи фанатів, підтримка політичних кампаній, фінансування стартап-компаній та малого бізнесу, створення вільного програмного забезпечення і багато іншого.

Громадсько-суспільні проекти не єдині, хто потребує додаткового фінансування від населення. Існують невеликі і середні компанії, що хочуть розвиватися і потребують більше матеріальних ресурсів, ніж існує у них можливість зібрати. Отож, суб'єктами процесу краудфандингу з одного боку виступають інвестори або спонсори, що надають кошти, і яких називають «фандери» та з іншого боку – пошукувачі чи реципієнти капіталу, які є ініціаторами-засновниками краудфандингового проекту – «фундери» [2].

Підґрунтям функціонування краудфандингу є наступні принципи [3]:

- цільовий характер, що полягає, з одного боку, у визначенні мети використання майбутніх залучених коштів. З іншого боку, передбачається попередній вибір сегменту інвесторів (спонсорів), на який розраховують ініціатори проекту, що встановлюється при розробці стратегії залучення коштів;
- зацікавленість майбутніх спонсорів, що визначається у вигляді встановлення грошової винагороди; отримання певного предмету, що становить не грошову, а моральну цінність; пам'ятного надпису з ім'ям спонсора у певному документі або на певному предметі;
- транспарентність залучення та використання залучених фінансових ресурсів;
- зручність для інвестора при внесенні коштів.

Для проведення краудфандингу використовуються відповідні електронні ресурси, в якості яких застосовуються спеціалізовані сервера. За рахунок використання Інтернет ресурсів технологія краудфандингу дозволяє істотно розширити коло осіб, які бажають взяти участь у фінансуванні інноваційних проектів. Така технологія усуває велику кількість посередників, яке бере участь в звичайних схемах фінансування інноваційних проектів. Як єдиний посередник виступає краудфандингова платформа.

Аналізуючи наявний досвід як міжнародних проектів, так і внутрішніх, звертаємо увагу, що презентація на краудфандинговій платформі має в результаті не лише залучені кошти, а й своєрідну рекламу, що дає змогу в подальшому після початку втілювання ідеї в життя удосконалювати продукт, виходити на відповідні ринки, залучати вже більш серйозних інвесторів та досягати значних результатів.

Найбільшого поширення сьогодні набуває інвестиційний (акціонерний) краудфандинг. На відміну від краудфандингу, краудінвестинг передбачає інвестування в проект коштів, залучених у формі колективного фінансування, обов'язково з розрахунком на отримання фінансової вигоди інвестором. Тобто відмінною рисою краудінвестингу є інвестиції, які здійснюються невеликими сумами за спрощеною процедурою з розрахунку на фінансову вигоду. Оскільки краудінвестинг набирає оберти, має значний потенціал росту ринку і стає альтернативою традиційному інвестуванню, то цей напрямок краудфандингу

розробляється окремо і для нього створюються спеціальні краудінвестингові платформи, вводяться свої правила та норми.

В узагальненому вигляді процес взаємодії краудфандингового посередника і підприємства можна представити у вигляді такої послідовності кроків:

- на першому етапі, коли у підприємства з'являється інноваційна ідея, воно розміщує презентацію інноваційної ідеї на краудфандинговій платформі і вказує суму, необхідну для реалізації інноваційного проекту на базі цієї ідеї. Також вказується винагороду, яке отримає кожен, хто профінансує цей проект. З цього моменту починається робота краудфандингової платформи зі збору коштів на цей проект;

- на другому етапі підприємство проводить науково-дослідні й дослідно-конструкторські роботи, розробляє дослідний зразок інноваційної продукції, проводить необхідну підготовку до серійного випуску продукції. Всю інформацію про виконану роботу по інноваційному проекту підприємство розміщує на краудфандинговій платформі, для залучення якомога більшої кількості осіб, які бажають профінансувати цей проект;

- на третьому етапі закінчується термін збору коштів на краудфандинговій платформі;

- на четвертому етапі, використовуючи засоби зібрані на краудфандинговій платформі, підприємство розгортає серійне виробництво і збут інноваційних виробів. На цьому етапі підприємство починає отримувати прибуток за рахунок реалізації інноваційного продукту;

- на четвертому етапі проводяться розрахунки з усіма особами, які взяли участь у фінансуванні інноваційного продукту через краудфандингову платформу.

В Україні краудфандинг як інструмент фінансування проектів має потенціал застосування. Нині у світовій практиці малі та середні підприємства залучають значну частку фінансових ресурсів на ринку краудфандингу. Враховуючи наявність перешкод для малого бізнесу в Україні при отриманні банківських позик та державної підтримки цей інструмент фінансування сприяв би подоланню їх дефіциту фінансових ресурсів. Водночас для великого бізнесу актуальність краудфандінгу проявиться лише через певний час із розвитком нормативно-правового забезпечення цих відносин. Часто платформи краудфандингу використовують для збору благодійних внесків. Є позитивна практика застосування краудфандінгу у бюджетній сфері. Він являється можливістю виходу з кризи, яка відчутна в тому числі і в інноваційно-інвестиційній сфері економіки.

Оскільки в Україні немає спеціального законодавства, що регулює краудфандинг, то збір коштів для проекту може належати до інвестування, спонсорства, благодійності або просто пожертв. У той час як, наприклад, в США прийнятий спеціальний закон, що полегшує бізнесмену-новачку доступ до капіталу. Для здійснення такої діяльності одержувач грошей повинен бути місцевим резидентом і мати банківський рахунок у певній країні. Тому українським проектам може знадобитися надійний іноземний посередник.

Одним із найбільш успішних майданчиків краудфандингу в Україні є biggggidea.com [4]. Він був створений у 2009 р. для обміну ідеями між соціально активними людьми, тому й отримав назву Big Idea. У 2012 р. Big Idea запустив краудфандингову платформу «Спільнокошт», яка стала першим майданчиком колективного фінансування в Україні. На думку засновників платформи, вона спрямована на реалізацію проєктів, які здатні забезпечити системні зміни в суспільстві та сприяти економічному зростанню національної економіки. У такий спосіб через такі платформи люди здатні фінансувати суспільні зміни. На платформі розміщують проєкти у сфері охорони здоров'я, освіти, літератури, спорту, музики, науки, професійних подорожей та журналістики. Люди переважно фінансують проведення фестивалів, громадське телебачення, радіо, документальні та медичні проєкти, міські інновації. Найбільший успіх тут мають проєкти соціального підприємництва, які формують соціальний капітал суспільства та дають змогу отримати дохід його розробникам. Зрозуміло, що тут обсяг коштів можна акумулювати значно менший порівняно із зарубіжними платформами, проте можна оцінити попит на інноваційний продукт. Завдяки «Спільнокошту» фінансування отримали стартапи Hromadske.tv та Громадське радіо.

Громадське радіо – єдине в Україні, на думку організаторів, незалежне радіо, яке не належить владі, політикам чи бізнесменам. За зібрані кошти на краудфандинговій платформі їм удалося відремонтувати й запустити дві студії та заплатити річну оренду плати. Нині Громадське радіо робить спробу повторно зібрати кошти на краудфандинговій платформі для щодобової ротації [5].

Розглянувши українські аналоги краудфандингових платформ можна зробити висновок, що вони кардинально відрізняються від закордонних, платформи, завдяки «пасивній» допомозі від держави, переважно спрямовані на підтримку соціуму, підтримку культурних проєктів, розвиток освітніх проєктів. Організатори цих платформ говорять, що основною метою є підйом країни, де силами її громадян фінансуються суспільні зміни. Отже, український краудфандинг знаходиться ще на етапі становлення і суми зборів на українських краудфандинг-платформах доки незначні порівняно із зарубіжними платформами. Але інноваційному проєкту, орієнтованому на вітчизняний ринок, рекомендується проводити кампанію саме на українській платформі з метою завоювання потенційних споживачів.

Стає очевидним те, що краудфандинг – це можливість реалізувати свій проєкт, оминаючи ті обмеження, що висуває сучасна кредитно-грошова система України. Цей механізм є реальною альтернативою банківському кредитуванню, бюджетному фінансуванню або фінансуванню з кишені одного інвестора з його високими вимогами і складними умовами.

Список використаних джерел:

1. Диба О., Гернего Ю. Краудфандинг: теорія та можливості використання в Україні. *Банківська справа*. 2015. № 1-2. С. 53-62.
2. Васильчук І. Краудфандинг і краудінвестинг як фінансові інвестиції. *Ринок цінних паперів України*. 2013. № 11-12. С. 59-67.

3. Волосович С. В., Василенко А. В. Краудфандінг як інноваційний метод фінансування проєктів. *Modern Economics*. 2017. № 4. С. 13-19.
4. IndieGoGo. URL: https://www.indiegogo.com/#/picks_for_you
5. Єлісєєва Л. В. Краудфандинг в Україні: проблеми та перспективи в контексті зарубіжного досвіду. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017.

ДРОГА В.С.*, студент,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Київський університет ринкових відносин

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКО-СТРАХОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ В УКРАЇНІ

У зв'язку нестабільністю економічної ситуації в Україні, посиленням конкуренції на ринку фінансових послуг, з огляду на тенденції сучасних глобалізаційних процесів, страхові компанії та банківські установи постійно шукають додаткові шляхи для диверсифікації джерел своїх доходів, розробляють і впроваджують нові спільні продукти, розвивають форми інтеграції в межах банківсько-страхової взаємодії. Інтеграція банківського та страхового бізнесу у формі банко-страхування дає змогу фінансовим установам вдосконалювати свої бізнес-процеси, розширювати асортимент фінансових послуг та сприяє покращенню процесу їх надання [3, с. 25].

При цьому «спільна діяльність банків та страхових компаній здатна зробити вагомий внесок у підвищення соціального добробуту населення, оскільки участь у загальному русі суспільного капіталу сприяє динамічному зростанню національної економіки» [2, с. 58].

Можна сказати, що у широкому розумінні банкострахування – це юридично оформлена угода між банком і страховою компанією щодо задоволення потреб споживачів у страховому захисті (банківському обслуговуванні) через банківські (страхові) канали збуту. В Україні взаємодія банків та страхових компаній триває вже понад 20 років. І, як правомірно зазначають вітчизняні вчені, сутність цього виду взаємодії фінансових установ полягає в їхній спільній інтеграції з метою координації продажів, поєднання страхових і банківських продуктів, налагодження спільних каналів їх розповсюдження, розширення клієнтської бази, а також виходу на нові сегменти ринку [7, с. 167].

Історично розвиток взаємодії страхових компаній та банків в Україні відбувався поступово, що дає змогу виділити окремі етапи цього процесу. Кожний з етапів формування взаємодії банків і страхових компаній в Україні має свої особливості, а також про поглиблення її розвитку. Аналіз сучасного стану взаємодії страхових компаній та банків в Україні можна провести на

* Науковий керівник – Сова О.Ю., к.е.н.

основі порівняння таких ключових показників розвитку страхової та банківської систем, як кількість страхових компаній та банків, їх активи, статутний капітал, резерви, а також зібрані валові страхові премії та залучені кошти клієнтів у вигляді депозитів [5, с. 58].

Кількість страхових компаній в Україні за період з 2013 р. до 2017 р. змінювалася майже синхронно із банківськими установами, хоча при цьому варто зазначити, що очищення банківської системи відбувалося більш активно. Так, якщо кількість страхових компаній скоротилася на 27,3 %, то кількість банків – на 54,4 %. Загалом за підсумками 2017 року в Україні функціонувало 82 банки та 296 страхових компаній, з яких 34 – це страхові компанії зі страхування життя.

Це свідчить про значну кількість як страховиків, так і банківських установ в Україні, враховуючи те, що у розвинених країнах їх кількість є значно меншою. Про якість виконання банками та страховими компаніями функції управління ризиками свідчать обсяги сформованих ними резервів. Так, якщо обсяг резервів страхових компаній збільшився з 2013 р. до 2017 р. на 7369 млн. грн., або 51%, то банків – на 312 054 млн. грн. (+152,3 %) [1].

Суттєве зростання резервів як за операціями банків, так і за операціями страхових компаній свідчить про значні ризики у фінансовій системі України та, відповідно, необхідність ці ризики враховувати у діяльності фінансових установ. Аналіз стану капіталізації страхової і банківської системи України свідчить про те, що сукупний статутний капітал банків і страховиків на початок 2014 р. становив 180,2 та 15,2 млрд. грн. відповідно, а на початок 2018 року – вже 495,377 та 12,9 млрд. грн. відповідно, що порівняно із 2013 р. для банків є більшим на 175 %, а для страхових компаній, навпаки, характерним є зменшення їхнього сукупного статутного капіталу на 15 %.

Середній статутний капітал банку в 138 разів перевищує середній статутний капітал страхової компанії в Україні. Обсяг грошових коштів, що залучаються банківськими установами, істотно перевищує страхові премії, що надходять до страховиків. У 2013 р. кредитними установами залучено 668,7 млрд. грн., а страхові внески становили всього 28,7 млрд. грн., тобто обсяг депозитів більш ніж у 23 рази перевищив суму платежів, зібраних страховими компаніями. У 2014 р. обсяг депозитів більш ніж у 25 разів перевищував суму страхових платежів, а у 2015 р. аналогічний показник залишився на тому ж рівні, що і роком раніше, і становив 25,3 рази. Починаючи з 2016 року тенденція змінилася на зниження співвідношення між обсягом залучених депозитів банками та зібраними страховими преміями страховиків. Загалом за підсумками 2017 року банки залучили коштів у 21,3 раза більше, ніж страхові компанії. Таким чином, активність банківських установ у 2014-2015 рр. була більш вираженою, ніж активність страхових компаній [4].

Макроекономічний контекст може мати значний вплив на страхову галузь. Очікується, що помірне зростання світової економіки спонукатиме зростання і страхового сектора протягом 2018-2019 років.

Спостерігається зниження вартості страхових продуктів в комерційному сегменті. Поступово зростає попит на страхування кібер-ризиків.

Поширення онлайн-страхування, також відомого як директ-страхування. Мається на увазі дистанційна продаж полісів через інтернет або call-центри без участі страхових агентів [6, с. 64].

Навіть у взаємному обслуговуванні основним стало розміщення страхових резервів на банківських депозитах, що підтвердило взаємодоповнюваність цих фінансових інституцій. Починаючи з 2016 року відбулася зміна тенденцій щодо активності залучення коштів банками та страховими компаніями, оскільки співвідношення між залученими банками коштами та зібраними страховими преміями страхових компаній почало зменшуватися. Загалом проведений порівняльний аналіз дає змогу дійти висновку про більший розвиток банківської системи та суттєве переважання ринку фінансових послуг саме банківського сегменту, що дає банкам змогу займати домінуюче положення та диктувати умови співпраці зі страховими компаніями. Нині активною формою прояву співпраці страховиків та банків можна вважати страхування кредитів.

Список використаних джерел:

1. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України за 2013-2017 рр.: офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері фінансових ринків. URL: <http://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html>
2. Клапків Ю., Тринчук В. Банкострахування: нові виклики та можливості. *Страхова справа*. 2014. № 3. С. 55–59.
3. Козьменко С. М., Багмет К. В. Теоретичне підґрунтя банківсько-страхової інтеграції. *Вісник НБУ*. 2012. № 2. С. 22–27.
4. Основні показники діяльності банків України за 2013–2017 рр.: офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish>
5. Пікус Р. В., Олійник Г. І. Технологія збуту страхових продуктів через мережі банків в Україні. *Економіка та держава*. 2012. № 6. С. 57–60.
6. Сова О. Ю. Основні тренди страхового ринку України. *Вчені записки. Ун-т економіки та права «КРОК»*. Сер.: *Економіка*, 2018. Випуск 51. С. 59–67.
7. Тринчук В. В., Кучеренко В. В. Зарубіжний досвід розвитку банкострахування. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2017. Вип. 4. С. 166–170.

ЄФІМЕНКО Д.В.*, студент,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Київський університет ринкових відносин

РЕАЛІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

У сучасних умовах фінансової кризи діяльність банківських установ характеризується зниженням обсягу капіталу, погіршенням якості кредитного портфеля, отриманням значних збитків. Проте чи не найбільшою проблемою вітчизняного банківського сектору залишається відтік депозитних ресурсів, що свідчить про значне зниження довіри населення до банківських установ. Ефективне функціонування банків можливе тільки за наявності довіри до них з боку суспільства.

Станом на 1 січня 2019 року, за даними НБУ, в Україні нараховувалося 77 діючих банків, з них [1]:

- 3 іноземним капіталом – 37 одиниць.
- 100 % іноземним капіталом – 23 одиниці.

Станом на 1 грудня 2018 року, за даними Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, в Україні налічуються [2]:

- Банки з тимчасовою адміністрацією – 2 одиниці.
- Банки, що ліквідуються – 89 одиниць.

Оцінку українській банківській системі дали аналітики агентства Moody's, назвавши українські банки слабкими й недостатньо ліквідними, аби самостійно витримати зовнішні шоки. Українські банки швидко розвиваються, але їм бракує внутрішньої стійкості, тому будь-які кризові явища в економіці можуть призвести до нестабільності в банківській системі [3, с. 179].

Протягом останніх років банківський сектор істотно змінився, передусім структурно приплив іноземного капіталу значною мірою скорегував стратегії розвитку місцевих банків. Необхідно звернути увагу на наявність позитивних і негативних моментів присутності іноземних банків.

Щодо позитивних моментів: швидке та ефективне впровадження передових методів банківської діяльності, підвищення якості кредитного аналізу, зростання обсягу кредитних ресурсів, розширення спектра якісних послуг, здешевлення банківських послуг, запровадження системи страхування банківських послуг.

Серед негативних моментів виділимо такі: іноземні банки можуть бути менш схильними до здійснення кредитної діяльності у приймаючій країні, присутність іноземних банків може послабити позиції ще недостатньо розвиненої банківської системи України.

* Науковий керівник – Сова О. Ю., к.е.н.

Вагомим є той факт, що ризики та потенційні негативні моменти від присутності іноземних банків стосуються не так ефективності, як стабільності банківської системи та рівня економічного розвитку приймаючої країни.

Банківська система України є однією із найрозвиненіших елементів господарського механізму, оскільки її реформування було розпочато раніше, ніж інших секторів економіки України. Проте, незважаючи на всі позитивні зрушення, залишається низка невирішених проблем, а саме:

1) Брак довіри населення до банків зменшує мобілізацію ресурсів банками порівняно з потенційними можливостями.

2) Кадрова проблема – недостатній рівень кваліфікації менеджерів і спеціалістів та брак досвіду кадрового персоналу. Низька заробітна плата не сприяє залученню молодих фахівців у банківську сферу.

3) Банки не можуть пристосуватися до кризового стану в країні та постійної нестабільності у політичній сфері. Зниження якості кредитного портфеля. Це в свою чергу призводить до зниження дохідності кредитних операцій банків та зростання рівня кредитного ризику, бо значна частка активів акумулюються у вигляді резервів на покриття збитків.

4) Основна проблема – якість активів. Якщо кредити, видані під заставу, яка знецінюється, то банк одержує додаткові збитки. Те ж саме, якщо в портфелі цінних паперів з'являються неліквідні папери [3, с. 181].

Для вирішення вище зазначених проблем доцільно було б:

1. Підвищити надійність та фінансову стійкість банків;
2. Не допустити зниження рівня капіталізації банків та підвищити конкурентоспроможність їх на внутрішньому та зовнішньому ринках;
3. Для банків з недостатньою капіталізацією з боку НБУ має бути передбачено такі заходи впливу: запровадження певних пільгових умов для оподаткування тієї його частини прибутку, яку спрямовують на збільшення банківського капіталу; заборона на виплату надлишкових компенсацій менеджменту і на прийняття депозитів від банків-кореспондентів.

Доцільно зазначити, що в українській банківській системі існує ще чимало проблем, пов'язаних із загостренням конкурентної боротьби внаслідок об'єктивного уповільнення темпів експансії в зовнішнє середовище, зниженням ефективності діяльності та системи управління, відголосу процесу глобалізації, тощо. У таких умовах необхідно виділити пріоритети, які можуть забезпечити сталий розвиток банківської сфери та економіки в цілому та сформулювати заходи щодо їх досягнення. Такими пріоритетами є формування інституційного середовища для регулювання факторів конкурентної боротьби та уповільнення монополізації банківської сфери.

Досить негативним явищем для економіки країни є доларизація банківських активів та пасивів, що впливає на ліквідність банків через наявність валютних дисбалансів. Найбільш загрозливою є невідповідність між обсягами довгострокових депозитів і довгострокових кредитів у іноземній валюті. Вітчизняні економічні агенти прагнуть зберегти купівельну спроможність своїх коштів за допомогою заміщення конвертованою іноземною валютою національної грошової одиниці внаслідок неналежного виконання нею функцій

грошей. Питома вага депозитів в іноземній валюті в загальному обсязі депозитних ресурсів за 2013-2018 роки знаходилася в межах 37-46 %. При цьому саме в пік кризових економічно-політичних обставин 2013-2014 років і відбулося стрімке зростання частки депозитів в іноземній валюті з 37 % до 46. Протягом 2014-2017 років показник був практично незмінним (45-46 %). За 4 місяці 2018 року питома вага іновалютних вкладів в загальній сумі депозитів банківського сектору України склала 42 % [4, с. 76].

У найближчій перспективі вирішення проблем банківської системи залежатиме як від стабілізації економічної ситуації в країні загалом, так і від регуляторної політики центрального банку, спрямованої на встановлення стандартів прозорості функціонування банківської системи, вдосконалення системи гарантування вкладів, вдосконалення банківського нагляду.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua>
2. Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб. URL: <http://www.fg.gov.ua>
3. Погореленко Н. П. Вплив суб'єктного чинника на стабільність банківської системи України. *Економічний аналіз*: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет, 2018. Том 28. № 1. С. 178-195.
4. Сова О. Ю. Специфіка депозитних послуг у сучасних умовах банківського ринку України. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*, 2018. Том 3, № 26. С. 72-80.

КОСТЮК В.А., к.е.н., доцент,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ФЕДЬКО Р.В., студент,

спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ПЕРСПЕКТИВИ КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Питання розвитку і підтримки малого та середнього бізнесу вже значний час є досить актуальними для української економіки. Політика кредитування малого та середнього бізнесу в Україні недостатньо заповнена. Насамперед це пов'язано з тим, що банки намагаються обслуговувати великих клієнтів, тоді як менш значущих підприємців довго ніхто не задіяв, вважаючи їх групою підвищеного ризику. На сьогоднішній день банківські установи зосереджують свою увагу саме на цьому секторі. Внаслідок цього підвищується конкуренція на ринку мікрокредитування. Постає значної необхідності вирішення питання розвитку кредитних продуктів для малого та середнього бізнесу в банках.

Банківське мікрокредитування вважається одним з ключових напрямів розвитку системи державної фінансової підтримки малого і середнього бізнесу, так як залучає до підприємницької діяльності людей, які починають свою справу.

Основна причина скорочення – банківська криза та падіння економіки. В рейтингу найкращих умов кредитування підприємств мало в сучасних умовах розвитку вітчизняної банківської системи малий та середній бізнес України має обмежений доступ до кредитних ресурсів комерційних банків. Частка кредитів у капіталі МСБ становить лише 20 % проти 60 % у розвинених країнах. Переважно підприємства реінвестують у розвиток бізнесу власні прибутки та інвестиції засновників підприємств. Така ситуація зумовлена високою вартістю кредиту [1]. Мінімальний "пільговий" відсоток становить майже 18 % і пропонується практично одним банком. Середня вартість кредиту становить 22 %, що є високою ціною в сучасних умовах (табл. 1).

Таблиця 1

Рейтинг найкращих умов кредитування підприємства малого та середнього бізнесу банками в Україні

Банк	Ставка, %	Разова комісія за видачу від суми кредиту, %	Термін	Рейтинг
УкрСиб-банк	13,9	1	до 10 років	+++
KredoBank	16,9	0,5	до 7 років	++
Укргазбанк	17,0-18,4	1	до 5 років	++
Укресім-банк	20	-	до 5 років	++
Ощадбанк	20,15	0,2	до 5 років	+
ПУМБ	21	0,1	до 7 років	+
Південний	22	0,5	до 5 років	-
ТАСкомбінат	24	1	до 5 років	-
БТА Банк	26	1	до 5 років	-

Сума фактично наданих кредитів за рік скоротилась у реальному виразі практично у 2 рази при номінальному зростанні на 15 %.

Лідер кредитування малого та середнього бізнесу – УкрСиббанк. УкрСиббанк BNP Paribas Groupe є одним із найбільших іноземних банків України, який бере участь у програмі Німецько-українського Фонду по підтримці малого і середнього бізнесу та реалізовує її, надаючи кредити під 13,9 % річних терміном до 10 років. На другому місці – KredoBank 16,9 %, терміном до 7 років та Укргазбанк – 17-18,4 %, до 5 років. Серед вітчизняних банків найкращі умови пропонує Укресімбанк – 20 % та Ощадбанк – 20,15 % терміном до 5 років.

Основною проблемою розвитку малого бізнесу в Україні є недостатність фінансування. Ця проблема є актуальною не тільки в Україні, але й в інших країнах світу. Для її розв'язання держави забезпечують сприятливі законодавчі умови щодо створення відповідної фінансової інфраструктури, але на жаль, в Україні рівень її розвитку є невисоким. Також суттєвою проблемою на шляху

створення сприятливого бізнес-клімату є корупція, яка є однією з ключових причин уповільнення зростання приватного сектору, низького рівня диверсифікації економіки, експорту та продуктивності [3].

Для поліпшення стану фінансового обслуговування підприємств малого і середнього бізнесу в Україні необхідно, банківським установам розробити розробити свої стратегії виходу на ринок послуг для дрібних клієнтів, відповідно до цих стратегій внести зміни у менеджмент, операційну та технологічну діяльність, у сферу інформаційних технологій, зважаючи на особливості функціонування і потреби клієнтів малого і середнього бізнесу. На державному рівні слід залучати в Україну кошти міжнародних фондів, кредитно-фінансових установ, а також забезпечення доступу до цих ресурсів якнайширшого кола банків, які відповідають критеріям прийнятності даних установ.

Список використаних джерел:

1. Огляд актуальних проблеми кредитування малого та середнього бізнесу в Україні. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/16507?show=full>
2. Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/strategia-rozvytku-pidpryemnytstva/>
3. Руцишин Н. М. Перспективи розвитку банківського кредитування малого і середнього бізнесу. *Економіка, планування і управління галузі*. 2008. № 18.3. С. 271-274.

ЛЕВИЩЕНКО С.С.*, студент,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Київський університет ринкових відносин

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

З розвитком ринкової економіки виникає потреба в створенні адекватної фінансової інфраструктури, яка включає фінансові ринки та фінансово-кредитні інститути, що обслуговують їхнє функціонування. Центральною ланкою при цьому є банки, які відіграють ключову роль у стабілізації фінансової системи, обслуговуванні грошового обігу, забезпеченні суб'єктів господарювання кредитними засобами. Міжнародний і вітчизняний досвід свідчить про те, що стан банківської системи є індикатором стану всієї економіки.

В Україні до найсерйозніших проблем зміцнення банківської системи належать дерегуляція банківської діяльності, підвищення якості розрахунково-касового обслуговування економічних суб'єктів, необхідність нарощування капіталу банків, зниження банківських ризиків, упровадження сучасних

* Науковий керівник – Сова О. Ю., к.е.н.

інформаційних технологій, підвищення якості банківського менеджменту і посилення захисту кредитних організацій від злочинних дій.

Банківська система має багато спільних рис з іншими економічними системами, що ставить її в один ряд з найвищими ієрархічними структурами цілісної економічної системи країни. Проте вона має і свої специфічні риси, які виділяють її з ряду інших систем і надають їй статусу самостійного економічного явища.

Для ефективної роботи банківської системи недостатньо самих лише банків, їм потрібна належна інфраструктура, що включає:

- міжбанківські розрахункові центри;
- системи міжбанківського зв'язку;
- центри технічного та технологічного обслуговування банків;
- інформаційні та навчальні центри для кадрів банківської системи;
- створення міжбанківських фондів страхування депозитних вкладів;
- банківські об'єднання, асоціації, союзи тощо [1, с. 40].

Для успішного вирішення поставлених завдань необхідно зосередити зусилля на поширенні безготівкових розрахунків, поліпшенні якості банківських послуг, розвитку національної системи електронних платежів, підвищенні прозорості банківських процедур і технологій. Важливе значення в досягненні визначених цілей відводиться подальшому вдосконаленню правової бази, яка регламентує банківську діяльність. Зокрема, необхідно суттєво підвищити діяльність системи гарантування вкладів фізичних осіб у банки.

Сучасний банківський бізнес супроводжується високим рівнем конкуренції, ускладненням структури фінансового ринку та його дерегулюванням, змінами в організації процесу кредитування. Споживчий кредит посів важливе місце у соціально-економічному розвитку більшості країн. Його роль значно зростає в сучасній Україні, у тому числі під впливом фінансової глобалізації та макроекономічної ситуації.

У поточній ситуації банківська діяльність й надалі продовжує характеризуватись невисокою активністю кредитних операцій. Незначний обсяг банківського кредитування пов'язаний із системною проблемою нестачі довгострокових ресурсів у банківській системі, обмеженням доступом до нових запозичень на міжнародних ринках, погіршенням платоспроможності позичальників, збільшенням обсягів проблемних кредитів, а також зниженням мотивації банків до кредитування внаслідок існування безризикових високоприбуткових інструментів – ОВДП та депозитних сертифікатів НБУ, частка яких на початок 2017 року становила 24,6 % чистих банківських активів [3, с. 43].

На сьогоднішній день існує досить широкий спектр банківських продуктів зі споживчого кредитування як на світовому ринку, так і на ринку України. Перспективи роботи банків із населенням в Україні очевидні, особливо швидкими темпами розвиваються банківські кредитні продукти з використанням інноваційних технологій, наприклад кредитних карток.

Отже, для підвищення ефективності споживчого кредитування в Україні слід вирішити наступні завдання:

- створити та забезпечити функціонування національного бюро кредитних історій для консолідації даних про потенційних позичальників;
- акумулювати достатні розміри банківських резервів для фінансування ризиків проблемної заборгованості;
- сформувати оптимальний перелік програм споживчого кредитування, розробляти і впроваджувати унікальні банківські продукти;
- забезпечити параметричний контроль за наданням і супроводженням споживчих кредитів із використанням в банківських установах уніфікованого методу авторизації [4, с. 70].

Процеси глобалізації світової економіки не могли і не зможуть обминати ні Україну, ні її фінансово-банківську систему, особливо з огляду на відкритість вітчизняної економіки. Це значить, що більшість позитивних і негативних явищ зовнішнього світу буде «імпортуватися» в нашу країну з відповідними наслідками. Таким чином, присутність банків з іноземним капіталом у банківській системі України відповідає інтересам розвитку національної фінансової системи, сприяє залученню іноземних інвестицій та розширенню ресурсної бази соціально-економічного розвитку. У той же час існують досить серйозні фінансові та економічні ризики швидкого зростання і чистки іноземного банківського капіталу, пов'язані з можливою втратою суверенітету в сфері грошово-кредитної політики, можливим посиленням нестабільності, несподіваними коливаннями ліквідності банків, спекулятивними змінами попиту та пропозиції на грошово-кредитному ринку, можливим відтоком фінансових ресурсів. Тому вирішення питання про форми і масштаби розширення присутності іноземного банківського капіталу на ринку банківських послуг повинно бути підпорядковане стратегічним цілям соціально-економічного розвитку, підвищенню національної конкурентоспроможності, економічній безпеці, зміцненню грошово-кредитної системи України [2, с. 130].

Список використаних джерел:

1. Євченко Т. І. Банківська система України: проблеми і перспективи розвитку, 2016. № 6. С. 40-41.
2. Засць М. А. Криза управління банківською системою та її вплив на економічний стан в Україні. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*, 2017. Том 16. Вип. 3. С. 125-138.
3. Пурій Г. М. Сучасний стан та перспективи розвитку банківської системи України. *Фінансовий простір*, 2017. № 3(27). С. 41-45.
4. Сова О. Ю. Аналіз сфери вітчизняного споживчого кредитування. *Вчені записки. Ун-т економіки та права «КРОК». Сер.: Економіка*, 2016. Випуск 44. С. 61-72.

МОРГУН А.С.*, студентка,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ФІНАНСОВІ ПОСЕРЕДНИКИ ТА ЇХ РОЛЬ У РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

На фінансовому ринку здійснює свою діяльність велика кількість посередників, які за визначну плату надають різні види фінансових послуг. Ці послуги пов'язані з емісією і обігом на вторинному ринку фінансових активів. На первинному ринку посередники сприяють інвестуванню коштів у різні галузі економіки та залученню коштів для забезпечення потреб державного бюджету.

На вторинному ринку фінансові посередники забезпечують стабільне функціонування ринку, а також задовольняють інтереси юридичних та фізичних осіб щодо інвестування коштів у фінансові активи та вилучення їх з процесу інвестування. При цьому посередники надають інформаційні, консультативні, управлінські послуги.

Фінансові посередники складають досить чисельну групу основних учасників фінансового ринку та забезпечують посередницький зв'язок між покупцями та продавцями фінансових інструментів. Певна частина фінансових посередників сама може бути на фінансовому ринку в ролі продавця чи покупця.

Фінансові посередники – це фінансові установи (фінансові структури), до яких відносять банківську систему та небанківські фінансові інститути. До фінансових установ відносять банки, кредитні союзи, ломбарди, лізингові компанії, довірчі товариства, страхові компанії, установи накопичувального пенсійного забезпечення, інвестиційні фонди і компанії та інші юридичні особи, винятковим видом діяльності яких є надання фінансових послуг [1].

У табл. 1 представлені посередники як професійні учасники фінансового ринку.

Ступінь розвитку фінансового ринку характеризується кількістю фінансових посередників і різноманітністю фінансових інструментів.

Найголовніше завдання фінансових посередників – спрямувати рух капіталу (збережень) до найефективніших споживачів.

Характерна риса фінансових посередників полягає у тому, що вони від свого імені і за власний рахунок створюють власні вимоги і власні зобов'язання. У цьому значенні фінансове посередництво істотно відрізняється від брокерсько-дилерської діяльності (ні брокери, ні дилери, ні навіть біржі не є фінансовими посередниками). Тому їх прибутки формуються як різниця між доходами від розміщення акумульованих коштів і витратами, пов'язаними з їх залученням [3].

* Науковий керівник – Костюк В. А., к.е.н., доцент кафедри банківської справи та страхування, Національний університет біоресурсів і природокористування України.

Таблиця 1

Класифікація фінансових посередників [2]

Ознаки класифікації	Вид посередників
За видами фінансових установ	- Ø суб'єкти банківської системи - Ø небанківські фінансові та кредитні інститути - Ø контрактні фінансові інститути - Ø суб'єкти депозитно-клірингової системи
Залежно від обслуговування учасників ринку	- Ø спеціалізовані - Ø універсальні
Залежно від укладання та виконання угод з фінансовими інструментами	- Ø прямі (безпосередні учасники) - Ø побічні (формують інфраструктуру)
За сегментами фінансового ринку	- Ø посередники фондового ринку - Ø посередники ринку фінансових послуг - Ø посередники ринку позичкових капіталів - Ø посередники грошового ринку - Ø посередники валютного ринку та інших сегментів

Слід зазначити, що в умовах розвиненого фінансового ринку фінансові посередники виконують ряд важливих функцій у розвитку економіки країни, а саме: забезпечення рівноваги на фінансовому ринку шляхом узгодження попиту та пропозиції на фінансові ресурси, приведення фінансових інструментів відповідно до потреб ринку; зниження трансакційних витрат на основі ефекту масштабу; диверсифікація ризиків окремих вкладників і забезпечення її зниження; нейтралізація проблеми асиметричної інформації на фінансовому ринку країни; підвищення ліквідності фінансових інструментів шляхом надання послуг професійного управління портфелем активів [4].

Окрім цього, фінансові посередники надають консультаційні та інформаційні послуги, а також можуть здійснювати інші специфічні функції.

Реалізація фінансовими посередниками їх завдань сприяє ефективному розвитку всіх сегментів фінансового ринку

Як показує практика, роль фінансових посередників дуже важлива. Їх діяльність вигідна і для кредиторів, інвесторів (заощаджувачів) і для позичальників, а саме:

1) відпадає потреба в пошуках один одного: кредитори мають можливість оперативно розмістити вільні кошти в дохідні активи, а позичальники – оперативно мобілізувати необхідні кошти для фінансування виробничих та позавиробничих потреб, звернувшись до конкретного посередника;

2) знижується ризик неповернення позики або неефективних капіталовкладень, оскільки значна частина ризиків перекладається на посередників;

3) знижуються сумарні витрати позичальника на отримання позики за рахунок зменшення моральних, фізичних зусиль та витрат часу на залучення капіталу декількох заощаджувачів для отримання потрібної суми позики;

4) дрібні інвестори дістають можливість брати участь у великому бізнесі, який дає вищі прибутки, але який був недосяжний для них через необхідність значних інвестицій;

5) фінансові посередники зменшують витрати на здійснення фінансових операцій. Це досягається ними за рахунок уніфікації та спеціалізації;

6) знижується ризик від неповної інформації. Фінансові посередники витрачають великі кошти на збирання інформації, організовуючи спеціальні служби;

7) для більшості заощаджувачів та позичальників привабливіше мати справу з фінансовими посередниками – професіоналами у своїй галузі, ніж з дрібними маловідомими партнерами [3].

У суспільстві з розвинутими ринковими відносинами важливу роль на фінансовому ринку відіграють саме фінансові посередники, які є ключовою фігурою на всіх сегментах ринку. Без фінансових посередників не можуть бути реалізовані всі переваги існування фінансових ринків. Вони зменшують операційні витрати, знижують ризик та зменшують асиметричність інформації.

Розвиток посередників фінансового ринку є необхідною передумовою розвитку інших секторів економіки країни. Наявність ефективних фінансових посередників – банків, страхових компаній, недержавних пенсійних фондів, кредитних спілок та інших фінансових установ сприяє стабільному та прогнозованому розвитку всіх економічних процесів у суспільстві. Акумуляуючи значні обсяги коштів, фінансові посередники є потужним джерелом інвестицій в економіку України, що розвивається досить стрімкими темпами.

Список використаних джерел:

1. Буднік М. М., Мартюшева Л. С., Сабліна Н. В. Фінансовий ринок: Навч. пос. К.: Центр учбової літератури, 2009. 334 с.
2. Еш С. М. Фінансовий ринок. Навч. посіб. 2-ге вид. К.: Центр учбової літератури, 2011. 528 с.
3. Конспект лекцій з дисципліни «Фінансовий ринок» (Частина I) освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» / Укладач: Ганзюк С. М. Кам'янське: ДДГУ, 2017. 64 с.
4. Школьник І. О. Фінансовий ринок України: сучасний стан і стратегія розвитку: Монографія. Суми: Мрія: УАБС НБУ, 2008. 348 с.

ОЛІЙНИК А.В., старший викладач,
кафедра фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький національний університет

ПРІОРИТЕТИ ТА ВИКЛИКИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ

Із розвитком інформаційних технологій та засобів телекомунікації в світі почала формуватися «цифрова економіка». У наш час найбільш масштабно застосування цифрових технологій відбувається на сегментах фінансового ринку, що внесло суттєві зміни в процеси обігу та торгівлі фінансовими інструментами. Стає очевидним, що в найближчі роки з фінансового ринку можуть зовсім зникнути платіжні картки, більшість банків будуть надавати послуги в інтернеті, а всі грошові операції користувачі виконуватимуть з допомогою «гаджетів». І це не дивно, адже останнім часом «електронні гроші» та «діджиталізація» активно опановують всі сегменти фінансового ринку та банківські установи, які його обслуговують.

Сьогодні фінансово-технологічні компанії почали активно впливати на національні банківські системи через криптовалюту, біткоїн, технологію блокчейн, тощо. Прогресивні банки світу швидко відреагували на діджиталізацію фінансового ринку і розпочали співпрацювати з фінансово-технологічними компаніями з метою розробки нових пропозицій для користувачів та задія посилення своїх конкурентних переваг. Так у Великобританії з'явилося нове покоління банків («банки-челенджери»), які спеціалізуються виключно на наданні цифрових послуг, яких сьогодні налічується більше двох десятків.

Поштовхом до «діджиталізації» фінансового та банківського сектору стала економічна криза 2008 року, яка спровокувала подальші зміни у світовій фінансовій системі. У той час банки зосередилися на управлінні капіталом, зниженні витрат і операційних ризиків, тоді як рівень довіри клієнтів до банків почав падати не тільки через кризу, але й внаслідок високої вартості послуг, непрозорості і низької швидкості операцій, відсутності зручних мобільних додатків. Це створило сприятливі умови для впровадження нових цифрових рішень в секторі фінансових послуг. Так з'явився термін «Фінансові технології» (ФінТех) – інноваційні рішення для надання традиційних фінансових послуг. У вузькому сенсі ФінТех – це стартапи, які надають фінансові послуги, у широкому – це всі фінансові інновації, що впроваджуються на ринку відповідними інститутами. Так, наприклад, Amazon і Aliexpress змінили наше уявлення про електронну торгівлю, Airbnb створили більш ефективний і безпечний ринок оренди житла, а Uber – трансформували галузь таксі. У фінансовому секторі з'явилися та поширилися нові бізнес-моделі (краудфандингові платформи, платформи p2p-кредитування), що радикально змінило ринок фінансових послуг багатьох розвинених країн [1].

Проте, незважаючи на суттєві переваги, що забезпечуються технологічним прогресом і фінансово-технологічними інноваціями, «діджиталізація» несе у собі свої ризики та загрози. Тому, необхідне комплексне вивчення впливу «цифрової економіки» на функціонування фінансового ринку, банківської системи, виявлення потенційних загроз та їх врахування для забезпечення стабільного функціонування банківської системи.

Сучасне людство живе в інформаційному просторі. Інтернет технології та мобільні пристрої зробили його мобільним. У той же час банки з традиційною інфраструктурою обслуговування клієнтів «обличчя-до-обличчя» не відповідають вимогам сьогодення. Тому для утримання клієнтів, які готові до сучасних технологій надання послуг, для таких банків стає складним питанням, адже вони хочуть мати дистанційний доступ до свого рахунку та виконувати всі можливі транзакції зі свого гаджету в будь-якому місці цілодобово. Таким чином, головним завданням сучасних банків стає обслуговування «гаджет до гаджету». Виникає необхідність у мобільному банкінгу.

Однак, банки традиційно диктують правила та змушують клієнта їм слідувати, тоді як фінтех-компанії мають готовність і здатність розпізнавати потреби споживача фінансових послуг і намагаються відповідати їм. Тому діючі фінансові інститути приречені на програш новим гравцям фінансового ринку фінансово-технологічними компаніям, у яких фінансові послуги в інформаційному просторі є їх ключовим інструментом.

У таких умовах поділ на традиційні канали (банківські відділення, колл-центри, банкомати та термінали, агентські стійки в торгових центрах) та Інтернет відмирає, оскільки важливо обслуговувати клієнта там, де він проводитиме найбільше часу. Зниження маржі банківського бізнесу змушує банки скорочувати витрати, закривати відділення. Єдиними інструментами підтримки якості обслуговування залишаються дистанційні канали. Найдешевший – це онлайн-доступ до банківських сервісів і мобільний банк. Таким чином, банк стає не тільки фінансовим інститутом, а й платформою взаємодії.

Банкам нічого не залишається, як змінюватися під впливом клієнтів, а фінансово грамотні клієнти змусять банки змінюватися. Сьогодні виграє та індустрія, яка перша навчиться краще за інших здійснювати обслуговування клієнтів. Фінтех, змінюючи очікування та звички споживачів фінансових послуг, зумовлює зростання їх демократизації та поширення фінансової охопленості. Зростає конкуренція за забезпеченого клієнта і надійного позичальника – а це найвимогливіші клієнти, які цінують свій час, готові платити за швидкість і зручність. Щоб залучити й утримати таких клієнтів, потрібно мати можливість запропонувати сервіс якісний і технологічний. І це стосується передусім дистанційних каналів обслуговування.

Серед фінансових технологій швидко розповсюджується напрям RegTech. Regulatory Technology, або RegTech, – це регулятивні технології, які допомагають компаніям, організаціям і корпораціям відповідати новим вимогам законодавства і регулювати їх виконання. Регтех дає компаніям необхідні інструменти для вирішення нормативних проблем і відповідності вимогам

законодавства, зводить воедино торгівлі, фіскальні та фінансові акти регулюючих органів.

Регтех-технології допомагають швидко і просто інтегрувати й адаптувати готові рішення для повної відповідності всім стандартам фінансових регуляторів і використовуються для протидії відмивання грошей. Банки розглядають регтех як надбудову над своєю системою ідентифікації клієнтів, міжбанківськими транзакціями і захистом від кібершахрайств. У фінансовому секторі затребуваність регтех-технологій зумовлюється витратами учасників фінансового ринку на управління ризиками.

Проте потенціал RegTech набагато вище. Одна з найважливіших особливостей цих технологій – швидкість. Фінансові організації все більше будуть зацікавлені в RegTech, оскільки саме це дасть їм змогу грати на випередження: автоматично формувати і відправляти звітність, виявляти і усувати ризики, ефективно дотримуватися постійно мінливих нормативних вимог [2].

Фінтех-індустрія зумовлює зміни не тільки фінансового сектору, а й усіх секторів із ним пов'язаних (тобто фактично всіх), змінюючи бізнес-моделі ведення бізнесу. Так, інновації у сфері кредитування та платежів, які виражаються в появі альтернативних моделей кредитування, використанні нетрадиційних джерел даних і потужної аналітики даних у сфері оцінки ризиків, прискоренні кредитних процесів із концентрацією на клієнті й скорочення операційних витрат, відкривають новий погляд на запуск бізнесу, платіжне обслуговування (наприклад, для сектору ритейлу) та вихід на міжнародний рівень.

У банках, які перейшли на цифрову платформу, спостерігається значне зменшення операційних витрат і оптимізація робочих процесів. Комплексна інтеграція сервісів та інструментів забезпечує комфортніше обслуговування клієнтів. А також створює нові можливості для подальшої трансформації бізнесу з використанням таких цифрових технологій, як блокчейн і штучний інтелект.

Перехід на цифрові технології впливає і на персонал. Зростає попит на фахівців з опрацювання даних із наявним банківським досвідом – а такий набір навичок на сучасному ринку знайти нелегко. Тож для цієї галузі настав час залучати нові таланти й розробляти сучасну модель.

Банківська сфера орієнтована на дані найбільше. Згідно з нормативними і страховими вимогами, банки повинні зберігати дані про транзакції протягом років. Тому завдання полягає в тому, аби зрозуміти, як правильно використовувати цей велетенський обсяг інформації.

Великі дані дають повне уявлення про кожного клієнта, що допоможе забезпечити банкам високий рівень обслуговування і збільшити власну цінність. Крім того, вони дають змогу використовувати такі передові технології, як штучний інтелект, блокчейн та інтернет речей, для отримання конкурентної переваги.

Реструктурування бізнес-моделі і перехід на хмарну платформу мають вирішальне значення для успішної «діджиталізації» будь-якого банку. Використання інноваційних можливостей у хмарній платформі може не тільки прискорити цифрові перетворення, але й поліпшити існуючі бізнес-процеси, а саме: зменшуються часові та фінансові витрати на обслуговування фізичної ІТ-

інфраструктури; клієнтам надається ефективна багатоканальна цифрова взаємодія в режимі реального часу; спрощуються та оптимізуються бізнес-процеси за допомогою стандартизації, оптимізації та впровадження хмарних рішень; відкривається можливість впроваджувати такі передові технології, як штучний інтелект і блокчейн.

Деякі банки для трансформації власних бізнес-процесів уже використовують технологію блокчейн, оскільки вона пропонує безпечну та зручну альтернативу традиційному банкінгу, а також мінімізує випадки шахрайства у фінансовому світі.

Блокчейн уже застосовують у таких банківських операціях, як платежі (трансграничні, однорангові, корпоративні та міжбанківські), переведення прямих інвестицій, відстежування похідних товарів, а також управління торговими та розрахунковими, іпотечними й кредитними звітами, програмами мікрофінансування і записами з обслуговування клієнтів. Наприклад, у трансграничних платежах технологію використовують для економії часу, необхідного для опрацювання операцій, – з трьох-шести днів до кількох хвилин. Це виводить якість обслуговування клієнтів на новий рівень. Також знижуються витрати на операції в реальному часі.

Таким чином, ФінТех відкриває: зміну «правил гри» у сфері фінансових послуг, розширення ринків і фінансової включеності, можливості швидко адаптуватися до регуляторних вимог, дезінтермедіація сфери фінансових послуг, поступове зниження витрат фінансових інститутів, зниження цін на фінансові послуги внаслідок того, що ФінТех-компанії та стартапи досягають успіху в тих сферах, які не повністю забезпечують фінансові інститути.

Отже, «діджиталізації» банківського сектору набирає обертів. І тільки від активності кожного банку залежить його конкурентна позиція на даному сегменті ринку. Світовий досвід показує: банки, які першими почали впроваджувати цифрову економіку, отримали серйозну фору щодо конкурентів.

Список використаних джерел:

1. Васильєва Т. А., Леонов С. В., Рубанов П. М. Трансформація обігових фінансових інструментів в умовах цифровізації фінансового сектору економіки. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2017. № 3. С. 15-21.
2. Поченчук Г. М. FINTECH у структурі фінансової системи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. 2018. Випуск 21. С. 49-55.

ПОДСЄВАЛОВА Н.Г.*, студентка,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Київський університет ринкових відносин

ЗАХОДИ ПРОТИДІЇ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ДОХОДІВ, ОДЕРЖАНИХ ЗЛОЧИННИМ ШЛЯХОМ

Утворення транснаціональних злочинних організацій з відмивання доходів, одержаних злочинним шляхом, є загрозою національній безпеці будь-якої держави. При цьому даний процес відбувається набагато швидше, ніж процес правової й економічної інтеграції на державному рівні, оскільки злочинці не обмежені такими умовностями, як політична несумісність, відсутність необхідного правового регулювання, суверенітет держави тощо [3].

Відмивання «нелегальних» коштів негативно впливає на: реальний сектор (сферу виробництва і споживання); фінансовий, монетарний, соціальний та політичний сектори. Виділяється чотири поведінкових групи за ознакою витрачання коштів, одержаних внаслідок вчинення злочинів (рис. 1).

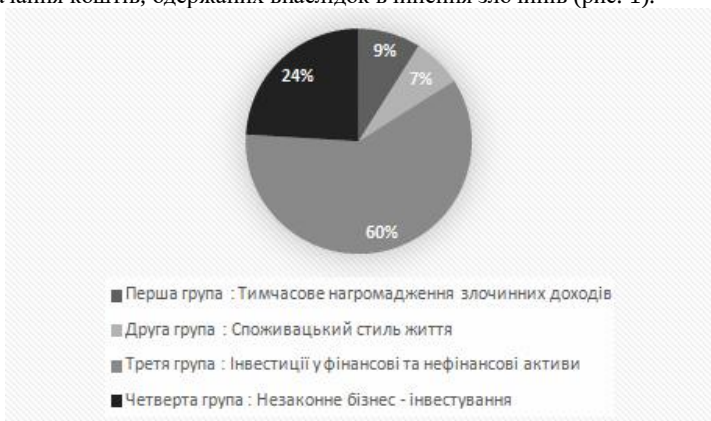


Рис. 1. Напрями витрачання злочинних доходів [5]

Так, по оцінці Міжнародного валютного фонду, обсяг коштів, що щорічно відмиваються, отриманих у результаті різних злочинів, становить 2-5 % світового валового внутрішнього продукту. За іншими оцінками, лише легалізація коштів, що відмиваються українським бізнесом, може забезпечити ревальвацію гривні щонайменше до рівня 15 % до курсу долара [5] .

Міжнародне співробітництво у сфері запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму здійснюється суб'єктами державного фінансового моніторингу [1].

* Науковий керівник – Сова О.Ю., к.е.н.

Відповідно до Рекомендацій FATF «Міжнародне співробітництво», країни повинні мати адекватні правові підстави для надання допомоги та, де необхідно, повинні мати наявні угоди, домовленості чи інші механізми для покращення співробітництва [4].

На національному рівні, щодо розвитку національної системи протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом свідчить схвалення Кабінетом Міністрів України Стратегії розвитку системи запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму [2]. Державною службою фінмоніторингу було зафіксовано наступні фінансові операції, які пов'язані з легалізацією коштів протягом 2018 року (табл. 1).

Таблиця 1

Фінансові операції, які пов'язані з легалізацією коштів за 2018 рік

Характеристика операції	Сума, млрд. грн
Легалізація коштів, пов'язана із учиненням іншого злочину	347,4
Відмивання коштів, одержаних від корупційних діянь, розкрадання та привласнення державних коштів та майна	277,8
Фінансові операції, що можуть бути пов'язані із фінансуванням тероризму	100,9

Отже, метою Стратегії розвитку системи запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму є визначення заходів законодавчого, організаційного та інституційного характеру, спрямованих на вдосконалення та забезпечення стабільного функціонування національної системи запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення.

Реалізація Стратегії розвитку системи запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму дасть змогу забезпечити: системну реалізацію державної політики у цій сфері та гармонізацію національної системи з міжнародними правовими стандартами.

Список використаних джерел:

1. Кримінальний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>
2. Кабінет Міністрів України. Розпорядження «Про схвалення Стратегії ...». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1407-2015-p#n9>
3. Мякота Є. В. Міжнародні стандарти у сфері запобігання та протидії легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом. *Протидія злочинності: проблеми практики та науково-методичне забезпечення: Південноукраїнський правничий часопис*. 2014. С. 52-55.

4. Міжнародні стандарти з протидії відмиванню доходів та фінансуванню тероризму і розповсюдженню зброї масового знищення: Рекомендації FATF, затверджені Пленарним засіданням FATF 16 лютого 2012 року.
5. Державна служба фінансового моніторингу. URL: http://www.sdfm.gov.ua/content/file/Site_docs/2012/22.03.2012/1.pdf

РУДЕНКО І.В., студент 1 курсу магістратури,
кафедра хімічної технології композиційних матеріалів,
хіміко-технологічний факультет,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ЛЕБЕДИЧ В.С., студент 1 курсу магістратури,
кафедра хімічної технології композиційних матеріалів,
хіміко-технологічний факультет,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

КРОКИ НЕОБХІДНІ ДЛЯ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В СЕКТОР ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Сьогодні цифровий світ входить в кожен аспект нашого життя, починаючи від того, як ми витрачаємо час, і до того, як розпоряджаємося грошима. Він змінює звичний спосіб комунікації, розваг і отримання нової інформації. *По всьому світові частка традиційної економіки зменшується, а цифрової – збільшується, надаючи величезні переваги для країн та бізнесу.*

Згідно розпорядження Кабінету Міністрів України № 67Р від 17 січня 2018 року «Про концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки» *Україна на державному рівні взяла курс на розбудову цифрової економіки.*

Метою даної роботи є виявлення основних кроків, необхідних для переходу сектору фінансових послуг у цифрове середовище.

Першим кроком діджиталізації, який є важливим для всіх сфер є впровадження цифрової інфраструктури доступу.

Під інфраструктурою доступу мається на увазі надання всім жителям України рівні можливості використання цифрових послуг. Це, в свою чергу, означає запровадження широкосмугового інтернет-з'єднання на всій території України.

На сьогоднішній день в Україні існує великий цифровий розрив між містом і селом, а згідно зі статистикою близько 60-70 відсотків українських сіл взагалі не підключені до широкосмугових інтернет-каналів [1]. В Україні відсутні законодавчо закріплені вимоги щодо параметрів послуг широкосмугового інтернету.

Брак навичок користування цифровими послугами у громадян, а також відсутність фінансової можливості користування інтернетом також відносяться до питань інфраструктури доступу.

Другим кроком є створення національних цифрових інфраструктур, які покликані максимально полегшити доступ громадян до різноманітних послуг, при цьому зменшивши контакти з операторами до мінімуму, або повністю виключити їх.

Великий блок питань пов'язаний саме з такими інфраструктурами, як інфраструктура інтернету речей, інфраструктура ідентифікації та довіри (citizen ID, bank ID, mobile ID), інфраструктура відкритих даних, інфраструктура державних послуг та е-урядування, інфраструктура е-комерції та е-бізнесу, транзакційно-процесингова інфраструктура (онлайн-платежі, інструменти cashless, сервіси fintech) [2]. Їх впровадження стикається з необхідністю створення технологій, що будуть забезпечувати безперебійну роботу, простоту, комфорт для громадян. При чому робити це необхідно вже зараз, оскільки розвиток технологій стрімко пришвидшується.

Виходом може слугувати використання вже створених, готових технологій, ефективність та економічний сенс яких є доведеними. Найефективніший шлях для зростання економіки пролягає саме через насичення промисловості, бізнесу, різних сфер життєдіяльності країни взагалі вже існуючими технологіями, оскільки вони вже є випробуваними, доступними та не потребують капіталовкладень в їх створення.

Таким чином, це дозволить впроваджувати нову якість життя і прискорювати економічне зростання вже в короткостроковій перспективі, що однак зовсім не виключає можливості створення власних цифрових інфраструктур в майбутньому.

Отже, можна стверджувати, що створення ефективного ринку цифрових послуг і надання всім громадянам України рівних можливостей доступу в онлайн, є важливими кроками для впровадження діджиталізації в фінансовий сектор, а разом з тим й в усі аспекти життя.

Список використаних джерел:

1. Терлецький А. Обзор широкополосного интернета в Украине. URL: <http://mediasat.info/2016/02/25/broadband-internet-in-ukraine/>
2. Діджиталізація – це лише початок. URL: <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/didzhytalizaciya-ce-lyshe-pochatok>

СОВА О.Ю., к.е.н.,*доцент кафедри національної економіки та фінансів,
Університет економіки та права «КРОК»*

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНІ ЯКОСТІ ОБЛІГАЦІЙ

Політика управління фінансовими інвестиціями є частиною загальної інвестиційної політики підприємства, яка забезпечує вибір найбільш ефективних фінансових інструментів вкладення капіталу і своєчасного його реінвестування. Оцінка інвестиційних якостей окремих фінансових інструментів – це одна з найважливіших задач інвестиційного менеджменту.

Фінансові інструменти можна поділити на: грошові депозити в банках і небанківських фінансово-кредитних установах; інструменти власного капіталу – прості і привілейовані акції; інструменти позикового капіталу – облігації, векселі тощо; похідні цінні папери – ф'ючерсні контракти, форвардні контракти, опціони, варанти й інші. В умовах розвиненого ринкового господарства основними фінансовими інвестиціями є інвестиції в цінні папери. У той же час в Україні значна частина вільних коштів фізичних осіб розміщується на депозитних рахунках [2, с. 186].

Облігація – цінний папір, що посвідчує внесення його першим власником грошей, визначає відносини позики між власником облігації та емітентом, підтверджує зобов'язання емітента повернути власнику облігації її номінальну вартість у передбачений проспектом емісії строк та виплатити дохід за облігацією, якщо інше не передбачено проспектом емісії [3].

Інвестиції в облігації вважаються надійним способом вкладення коштів, який за схемою принесення доходу дуже нагадує банківський депозит. Основна між ними відмінність – в способах отримання прибутку.

У облігацій є низка переваг над депозитами:

- платоспроможність деяких компаній в рази перевищує надійність деяких банків;

- вкладник не може оцінити надійність банку і якість його кредитного портфеля, чого не можна сказати про надійність великих підприємств, які випускають облігації;

- дострокове закриття депозиту незмінно спричиняє втрату частини відсотків або штрафні санкції, а облігації у будь-який момент можна розпродати без втрати прибутковості.

Одним із основних недоліків інвестування в облігації є порівняно невеликий прибуток. Особливо це твердження актуальне для країн з нестабільною економікою. Також звернемо увагу на кредитний і ринковий ризик, які мають бути враховані при планування прибутковості цього фінансового інструменту.

Основними інвестиційними якість цінних паперів є прибутковість, оборотність, ліквідність і ризик. Прибутковість – здатність цінного паперу давати позитивний фінансовий результат у формі приросту капіталу. Оборотність – здатність цінного паперу викликати попит і пропозицію

(купуватися і продаватися) на ринку, а іноді – виступати як самостійний платіжний інструмент, що полегшує обіг інших товарів.

Ліквідність – властивість цінного паперу бути швидко проданою і перетворена в грошові кошти без істотних втрат для держателя при невеликих коливаннях ринкової вартості витрат на реалізацію. Ризик – можливість втрат, пов'язаних з інвестиціями в цінні папери [1, с. 84].

При оцінці інвестиційних якостей цінних паперів, крім розрахунку загальних для всіх об'єктів інвестування показників ефективності, проводять дослідження методами фундаментального і технічного аналізу.

Фундаментальний аналіз базується на оцінці ефективності діяльності підприємства-емітента. Він передбачає вивчення комплексу показників фінансового стану підприємства, тенденцій розвитку галузі, до якої воно належить, ступеня конкурентоспроможності виробленої продукції сьогодні і в перспективі.

Фундаментальний аналіз також називають факторним, оскільки він спирається на вивчення впливу окремих факторів на динаміку цін фінансових інструментів у цьому періоді і прогнозування значень цих факторів у майбутньому періоді. Отримані на його основі результати дозволяють визначити, як співвідноситься вартість цінного папера емітента з реальною вартістю активів, грошовими надходженнями, і зробити прогноз доходу, який визначає майбутню вартість цінного паперу, а отже, може впливати на її ціну. Виходячи з цього робиться висновок про доцільність інвестування коштів.

Технічний аналіз ґрунтується на оцінці ринкової кон'юнктури і динаміки курсів. Концепція технічного аналізу передбачає, що всі фундаментальні фактори підсумовуються і відображаються в русі цін на фондовому ринку. Об'єктами вивчення є показники попиту і пропозиції цінних паперів, динаміка курсової вартості, загальні тенденції руху курсів цінних паперів на фондовому ринку. Технічний аналіз базується на побудові та дослідженні графіків динаміки окремих показників (як правило, ринкових цін) у розглянутому періоді, прогнозування певної тенденції (тренду) [2, с. 189].

Вивчення динаміки курсів дозволяє визначити моменти, коли доцільно проводити покупку або продаж цінного паперу, а також приблизно оцінити темпи зміни і приріст курсової вартості.

Зазначимо, що корпоративні облігації як об'єкт інвестування мають низку визначальних характеристик, до яких відносять [4, с. 1038]:

1) базові параметри, такі як фіксований номінал (грошова сума, яку емітент повинен виплатити власнику облігації на дату погашення); дата погашення (дата, визначена для повернення номіналу облігації) та визначеність грошових потоків (доходи, що отримує власник облігації, виражені або у вигляді регулярних платежів (купонів) (для купонної облігації), або у вигляді одноразового платежу (для дисконтної облігації));

2) специфічні властивості, такі як безумовний характер здійснення купонних виплат і погашення номінальної вартості (обслуговування облігації здійснюється незалежно від динаміки її фінансових показників або будь-яких інших умов); регулярність і високий рівень прогнозованості грошових доходів

за облігаціями (як власнику, так і емітенту у будь-який конкретний момент часу відомий як розмір доходів / витрат за облігаціями, так і періодичність їх отримання / виплат); можливість систематичного вторинного обігу облігацій на біржовому ринку (за умови виконання вимог організаторів торгівлі учасники ринку можуть вільно здійснювати з облігаціями угоди купівлі-продажу); можливість використання облігацій як елементу структурного продукту (більш складного продукту), який має характеристики, що окремо не притаманні жодному з фінансових інструментів, на основі яких вони створюються;

3) особливості обігу на організованому фондовому ринку, такі як встановлення котирувань у відсотках до номінальної вартості, укладання угод купівлі-продажу з урахуванням накопиченого купонного доходу, періодичне припинення торгів за умов обігу на вторинному організованому ринку (на строк від трьох до семи робочих днів до дати виплати чергового купона), неможливість здійснення маржинальних угод з більшістю облігаційних випусків (операцій з облігаціями в обсязі, що перевищує власний капітал емітента на момент укладання угоди, під заставу наявних активів) і переважно бездокументарна форма існування (у вигляді електронних записів у спеціалізованих системах обліку, а саме у депозитарній та реєстраторській).

Основні чинники, від яких залежить доходність корпоративних облігацій, можна сформулювати таким чином [5, с. 60]:

- ризики дефолту емітента та потенціал розвитку підприємства (кредитна компонента);
- базова ставка та довгострокові відсоткові ставки на фінансовому ринку (компонента відсоткових ставок);
- ліквідність ринку капіталів (компонента ліквідності);
- рівень інфляції та розвитку економічної кон'юнктури (макроекономічна компонента);
- інформаційні ризики (біхевіористична компонента).

Слід зазначити, що відсоткові ставки за корпоративними облігаціями, їхня вартість та премія за ризик є досить чутливими до доходності державних облігацій. У разі зростання доходності останніх, за інших рівних умов, зростатимуть також відсоткові ставки за корпоративними облігаціями з одночасним зниженням їх ринкової вартості. Навпаки, якщо доходність державних цінних паперів падає, знижуються відсотки за корпоративними облігаціями з одночасним зростанням їх вартості.

До розрахункових факторів систематичного ризику, що визначають спред доходності корпоративних облігацій, можна зарахувати інформаційні ризики, ризик зміни відсоткових ставок на ринку та ризик ліквідності цінних паперів. В останньому випадку йдеться про ймовірність стагнації ринку капіталів, за якої мінімізуються будь-які трансакції. Ризик ліквідності характеризує потенційну необхідність суттєвого зниження цін на облігації для їх реалізації [5, с. 61].

В цілому, облігації відносяться до низькоризикових цінних паперів, які не приносять їх власникам значних доходів. Вони не можуть розглядатися як основний інструмент отримання спекулятивного прибутку, тому є привабливими для консервативних інвесторів. Світова практика доводить, що

основними первинними покупцями зобов'язань корпорацій є інституційні інвестори. Для сталого внутрішнього попиту з боку інституційних інвесторів необхідно підвищити привабливість облігацій підприємств шляхом розширення кола проведення операцій з цими інструментами.

Список використаних джерел:

1. Ботвіна Н. О. Активізація інвестиційної діяльності підприємств як чинник фінансової безпеки країни. *Фінансовий простір*, 2013. № 4. С. 83-85.
2. Крутько М. А. Управління фінансовими інвестиціями підприємства в умовах глобалізації: теоретичні питання. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*, 2017. Вип. 188. С. 185-191.
3. Про цінні папери та фондовий ринок: Закон України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>
4. Руденко В. В. Визначальні характеристики корпоративних облігацій. *Економіка і суспільство. Мукачівський державний університет*, 2017. № 9. С. 1036-1041.
5. Стецько М. В. Інструментарій корпоративних облігацій у фінансуванні підприємств. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*, 2017. Том 27. № 2. С. 57-67.

ШАФАР С.А.*, студентка 3-го курсу,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Вінницький національний аграрний університет

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Економіко-математичне моделювання є універсальним інструментом аналізу та дослідження виробничих та фінансово-господарських процесів і явищ, важливим напрямком підвищення ефективності діяльності підприємств та їх структурних підрозділів. У зв'язку із зростанням рівня розвитку виробництва, прискоренням темпів науково-технічного прогресу та підвищенням ефективності споживання природних ресурсів удосконалюється сучасна економічна практика, скорочуються терміни проведення аналізу та поширюється використання методів економіко-математичного моделювання та інформаційних технологій обробки даних.

Історія свідчить, що вживання методів економіко-математичного моделювання в економіці має довготривалу історію. Так засновник класичної школи політичної економіки В. Петті у передмові до «Політичної арифметики» підкреслював, що замість того, щоб використовувати слова для порівняння чи

* Науковий керівник – Волонтир Л. О., к.т.н., доцент, Вінницький національний аграрний університет.

відзначення переваги, використовуючи при цьому абстрактні аргументи, доцільніше виражати свої думки мовою чисел, ваги і вимірів. Також не варто забувати, що історично першою моделлю суспільного виробництва була економічна таблиця Ф. Кене. У 1758 р. був надрукований перший варіант цієї таблиці, другий варіант - «Арифметична формула» - опублікований у 1766 р. У працях Ф. Кене запропоновано графічно-числову модель процесу суспільного відтворення, руху складових частин суспільного продукту, описані стосунки між класами в процесі виробництва і розподілу продукції та доходів [4].

Значний внесок у розвиток практичного застосування методів математичного моделювання в економіці, фінансах зробили як вітчизняні, так і зарубіжні вчені, зокрема: Б. Є. Бачевського, В. В. Вітлінського, Г. І. Великоіваненко, В. К. Галіцина, Н. Е. Єгорової, А. Б. Камінського, О. І. Лаврушина, Ю. Г. Лисенка, І. Г. Лук'яненко, Є. В. Мних, А. В. Матвійчука, О. О. Недосекіна, А. П. Ротштейна, О. Д. Шарапова та інших [5].

Мистецтво побудови економіко-математичної моделі полягає в тому, щоб узгоджувати якомога більшу лаконічність у її математичному описі з достатньою адекватністю та точністю модельного відтворення тих сторін аналізованої економічної реальності, які, власне, і цікавлять дослідника згідно з цілями та взятими гіпотезами [2].

Економіко-математичне моделювання є наукою, яка використовується економістами для моделювання економічних процесів. Воно необхідне для однозначного формулювання та вирішення проблеми, що потребує рішення. І це важливо не тільки для індивіда, а й для суспільства в цілому. В економічній сфері ця обставина є найбільш важливим аспектом діяльності будь-якого менеджера, для якого економіко-математичне моделювання є найважливішим інструментом, що дозволяє приймати йому адекватні рішення.

Практичні завдання економіко-математичного моделювання містять: аналіз економічних об'єктів і процесів; прогнозування розвитку економічних процесів; прийняття управлінських рішень на всіх рівнях ієрархії управління.

Виконуючи ці завдання, виділяють такі основні етапи.

1. Постановка завдання (економічної проблеми). На цьому етапі потрібно сформулювати сутність проблеми, відокремити найважливіші властивості об'єкта моделювання, вивчити його структуру, а також дослідити його зв'язки із зовнішнім середовищем.

2. Побудова економіко-математичної моделі. Цей етап полягає у формалізації економічної проблеми, тобто вираженні її у вигляді конкретних математичних залежностей, для чого вводяться змінні моделювання, критерії якості, обмеження тощо.

3. Підготовка даних. В економічних задачах, як правило, замало лише пасивного збирання даних, тому, готуючи інформацію, використовують методи теорії ймовірностей, а також статистики для групування даних, оцінювання їх вірогідності тощо.

4. Числове розв'язання задачі. Цей етап передбачає розробку алгоритмів числового розв'язання задачі, підготовку комп'ютерних програм і безпосереднє виконання розрахунків.

5. Аналіз результатів. На цьому етапі виконується перевірка відповідності отриманих результатів суті моделі (верифікація моделі) та відповідності даних, одержаних на основі моделі, реальному об'єкту (валідація моделі).

6. Прийняття управлінського рішення на підставі отриманих результатів.

Перелічені етапи економіко-математичного моделювання перебувають у тісному взаємозв'язку, зокрема можуть мати місцеві зворотні зв'язки етапів. Так, на етапі побудови моделі може з'ясуватися, що постановка задачі або суперечлива чи призводить до занадто складної математичної моделі; в цьому випадку вихідна постановка задачі повинна бути скоригована. Найбільш часто необхідність повернення до попередніх етапів моделювання виникає на етапі підготовки вихідної інформації. Якщо необхідна інформація відсутня або витрати на її підготовку занадто великі, доводиться повертатися до етапів постановки задачі та її формалізації, щоб пристосуватися до наявної інформації досліднику.

Економіко-математичні методи і моделі дають такі можливості:

- Точно і компактно викласти положення економічної теорії;
- Формально описати зв'язки між економічними змінними;
- Розв'язати задачі оптимізації планування та управління, відображаючи специфіку виробничих процесів;
- Своєчасно реагувати на зміни цілей, обмежень на ресурси, залежностей між параметрами та адекватно коректувати плани й управлінські рішення;
- Отримати інформацію про об'єкт, його функціонування;
- Спрогнозувати об'єкт і його поведінку в майбутньому [5].

Отже, економіко-математичне моделювання є особливим шляхом дослідження об'єкта у фінансах та в економіці, при якому виконується опис об'єкта мовою математики і проводиться дослідження саме цього опису – економіко-математичної моделі – методами математики, тобто шляхом застосування певних математичних перетворень до математичної моделі реального об'єкта.

Список використаних джерел:

1. Бідник Н. Б. Використання математичних методів та моделей в економіці, фінансах. *Інформаційні технології галузі: наук. вісник НЛТУ України*. 2008. Вип. 18,6. С. 259-260.
2. Вітлінський В. В. Моделювання економіки: Навч. посіб. К.: КНЕУ, 2003. С. 47-48.
3. Петруня Ю. Є., Говоруха В. Б., Літовченко Б.В. та ін. Прийняття управлінських рішень. Навч. посіб. / за ред. Ю. Є. Петрі. 2-ге вид. К.: Центр учбової літератури, 2011. С. 46-47.
4. Піддубна Л. В. Концептуальні аспекти економіко-математичного моделювання господарської діяльності підприємства. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право: науковий журнал*. 2014. № 3. С. 145-145.
5. Середюк В. Б. Застосування економіко-математичних методів для розв'язання економічних задач. *Вісник соц.-екон. досліджень*. 2014. № 1(52). С. 69-73.

Секція III. Сучасні моделі корпоративного та державного управління

БРЕЗЦЬКА О.В., старший викладач,
Київський університет ринкових відносин

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТУ

Формування та розвиток корпоративної культури є необхідною умовою ефективної діяльності сучасної організації. Зокрема, без високої корпоративної культури організація не зможе досягти успіху в довгостроковій перспективі.

За допомогою ефективної корпоративної культури підприємство може своєчасно реагувати на будь-які прояви ринкового середовища, бути лідером на ринку та мати високу конкурентоспроможність.

Для цього потрібно зрозуміти процес формування корпоративної культури підприємства, його цінності, чинники впливу та цілі [2].

Розвиток корпоративної культури підприємств транспорту – складний і тривалий процес, який потребує розроблення певного механізму, що поєднає внутрішні можливості формування корпоративної культури із зовнішніми чинниками. Одним із важливих елементів механізму формування корпоративної культури є побудова чіткого алгоритму, за яким відбуватиметься її становлення [4].

Формування позитивної корпоративної культури можна спостерігати на підприємствах, що розвиваються стабільно, де прояв позитивних ознак окресленої культури є стабільним або тимчасово нестабільним (культура орієнтована на розвиток виробництва та на соціальний розвиток колективу).

Корпоративна культура – це сукупність матеріальних і духовних цінностей, культурних, етичних та соціальних потреб, що перебувають у нерозривному зв'язку, вони притаманні для кожної компанії, проте є різними для конкретних організацій. Це один із ключових інструментів управління персоналом. Завдяки формуванню корпоративної культури управлінці зможуть вивести діяльність корпорації на найвищий ступінь розвитку. А саме: підвищити конкурентоспроможність організації, підвищити ступінь довіри до корпоративних прав, забезпечити захист власників корпоративних прав, підвищити якість продукції та задовольнити вимоги споживачів.

Корпоративна культура українських транспортних підприємств – це неофіційні правила організації бізнесу. Це правила прийняття рішень, правила делегування повноважень, правила організації комунікаційного процесу, вдосконалення якості, створення соціального клімату, загалом можна сказати, що корпоративна культура – це правила і норми, що забезпечують порядок на підприємстві [1].

Основним завданням корпоративної культури підприємств транспорту є зміцнення зв'язків у колективі, що дає змогу кожному з учасників

корпоративних відносин відчувати себе необхідним для корпорації і цим самим стимулює їх до максимальної віддачі. Це дозволяє задовольнити такі людські потреби, як: соціальні, безпеки і захищеності, самовираження та поваги. Працівники відчують себе захищеними від психологічної небезпеки, можуть реалізувати свої можливості. Все це призводить до процвітання компанії.

Варто виділити два напрямки корпоративної культури: внутрішньо фірмова та культура, орієнтована на зовнішнє середовище, – корпоративна культура бізнес-суспільства. Визначивши основні фактори впливу на кожну з них, можна вивести ефект корпоративної культури (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Фактори впливу на корпоративну культуру підприємств транспорту

Фактори впливу на внутрішню фірмову культуру транспортного підприємства	Фактори впливу на бізнес-культуру суспільства
– Владні відносини (вид менеджменту); – побудова організаційної структури; – професіоналізм управлінського персоналу; – ступінь довіри працівників; – мотиваційні фактори; – кадрова політика і система навчання персоналу; – здатність вести комунікаційний процес; – демократичність у взаємовідносинах; – доступ до інформації.	– Ступінь довіри до партнерів; – способи реалізації стратегічних планів та основних завдань підприємства; – рівень адаптації корпорацій до зовнішнього середовища; – рівня соціальної відповідальності; – національний менталітет; – етичні та культурні цінності зовнішнього середовища.

Формувати корпоративну культуру підприємств транспорту потрібно природним шляхом, використовуючи наявні надбання, такі як прийняті традиції та цінності, а також зовнішні атрибути, враховуючи особливості роботи підприємств транспорту.

Також головних зусиль треба докласти до вибору технології, завдяки якій буде можливість забезпечувати постійну зацікавленість усього персоналу процесом розвитку корпоративної культури підприємства.

Процес розвитку корпоративної культури підприємств транспорту потрібно розглядати як комплекс, що складається із взаємодоповнюючих фаз: оцінювання поточного стану корпоративної культури, впливу на економічні результати діяльності підприємства, конкурентоспроможність, впливу корпоративної культури на продуктивність праці працівників, впливу корпоративної культури на здійснення управлінських змін, формування плану розвитку бажаної корпоративної культури, що буде спрямований на зміну та вдосконалення наявних характеристик корпоративної культури, контроль та

оцінювання результативності заходів, які спрямовані на вдосконалення корпоративної культури [3].

Формування корпоративної культури підприємства передбачає ефективну реалізацію корпоративної стратегії на підприємстві транспорту, що в свою чергу забезпечує: створення організаційної структури, що сприяє успішному виконанню стратегії; складання бюджету для спрямування ресурсів підприємства у вирішальні, з позиції стратегії, підрозділи; вдосконалення методів управління; введення системи стимулювання, яка спрямована на спонукання співробітників активно працювати як у процесі розробки стратегії, так і в процесі її реалізації [2].

Ефективне впровадження стратегій корпоративної культури для підприємств транспорту дасть змогу:

- забезпечити їх стабільне функціонування та постійний розвиток у галузі;
- швидко реагувати на зміни у середовищі;
- надавати якісні послуги щодо перевезення вантажу;
- сформувати свою стабільну клієнтську базу;
- зекономити кошти та ресурси;
- впровадити новітні технології для транспортування вантажів;
- зайняти свою нішу на ринку;
- оптимально використовувати наявний кадровий потенціал тощо [2].

Корпоративна культура є визначним чинником забезпечення сталого економічного розвитку підприємств. Проте рівень корпоративної культури в Україні ще не досягнув того рівня, якого досягнули провідні західні компанії. Тому науковцям варто приділити значну увагу розробленню і впровадженню механізму корпоративної культури.

Список використаних джерел:

1. Бала О. І. Корпоративна культура – чинник соціально-економічного розвитку організації. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/35802/1/3_6-11.pdf
2. Вагнер І. М. Обґрунтування доцільності використання корпоративних стратегій для підприємств автомобільного вантажного транспорту. URL: <http://fkд.org.ua/article/viewFile/28857/25848>
3. Кагляк О. О. Корпоративна культура в організації. URL: [//Downloads/2126-7473-1-PB.PDF](http://Downloads/2126-7473-1-PB.PDF)
4. Шевченко А. В., Трухан А. А. Основні фази формування корпоративної культури підприємств авіаційного транспорту. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/21_2_2018ua/27.pdf

БУТОВА Т.Ю., аспірант,
*кафедра економіки та фінансів підприємства,
Київський національний торговельно-економічний університет*

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розуміння категорії «безпека», як системи протидії факторам зовнішнього і внутрішнього середовища, які негативно позначаються на діяльність певного об'єкта, має велику кількість дезінтегруючих характеристик, що залежать від суті даного об'єкта. В разі дослідження безпеки підприємства торгівлі, зазвичай розуміють його фінансову, політико-правову, інтелектуальну, кадрову, техніко-технологічну, інформаційну, екологічну і силову захищеність від середовища функціонування. Кожна з названих складових безпеки має свою сферу дії та механізм реалізації, а порушення хоча б одного виду убезпечення може призвести до обмеження або втрати функціональності підприємства в цілому.

Значимою проблемою розвитку підприємства є його ресурсна безпека. Там, де спостерігається нестача ресурсів або вони знаходяться під контролем декількох підприємств, покупець змушений погоджуватись на умови, які диктує організація, що контролює дані ресурси, або шукати інших постачальників, втрачаючи час, а іноді і покупців.

Американські вчені Джеффри Пфеффер і Джеральд Салансік помітили, що деякі підприємства успішно використовують пріоритетність доступу до ресурсів у власних цілях, причому не лише в частині забезпечення себе ресурсами, а й отримання вигод від участі у їх перерозподілі. Результатом їх досліджень стала концепція ресурсної залежності, базові положення якої спираються на поняття відкритої системи. Для отримання необхідних ресурсів підприємство має здійснювати безперервний цикл угод із зовнішнім середовищем, постійно відслідковувати та аналізувати їхню динаміку задля виявлення потенційних загроз і сприятливих ресурсних можливостей.

Отже, ресурсна безпека досягається в результаті управлінських дій, спрямованих на створення умов для пріоритетного отримання необхідних ресурсів. Основний висновок від прикладного застосування концепції ресурсної залежності полягає у необхідності і доцільності активного пошуку у зовнішньому середовищі умов доступу до джерел потрібних ресурсів. Ресурсна безпека підприємства формується у зовнішньому оточенні завдяки внутрішнім управлінським здатностям.

Поняття фінансової безпеки як самостійний об'єкт управління відносно нове, але воно комплексно і достатньо детально досліджено сучасними вченими на макрорівні в системі більш загальних категорій – «національній безпеці» або «економічній безпеці країни». Не зважаючи на це, багато понятійних характеристик і методичних положень потребують уточнення і адаптації до рівня суб'єктів ринку.

Досліджуючи фінансову безпеку країни, відомий український вчений-фінансист О. Барановський зазначив, що «... фінансова безпека являє собою надзвичайно складну багаторівневу систему, яку утворюють ряд підсистем, кожна з котрих має власну структуру і логіку розвитку» [1, с. 13]. Дійсно, неможливо в режимі простих категорій ні з'ясувати суть фінансової безпеки, ні, тим більше, параметризувати її характеристики, які необхідні для розроблення політики фінансового убезпечення досліджуваного об'єкту.

Більшість вчених обґрунтовують доцільність дослідження фінансової безпеки підприємства в контексті її укрупненого формату – економічної безпеки, зазначаючи, що вони співвідносяться як часткове і загальне.

Так, В. В. Шликов вважає, економічну безпеку підприємства станом захищеності його життєво важливих інтересів від реальних і потенційних джерел небезпеки чи економічних загроз [2, с. 17]. Л. П. Гончаренко, пропонує трактувати поняття економічної безпеки підприємства, як «стан за якого забезпечується збереження та ефективне використання наявного капіталу, стабільне зростання, високий рівень якості управління, безперервне оновлення технологій та інформаційної бази» [3, с. 217]. Обидва автори вважають економічну безпеку певним «станом» підприємства, що створює умови для здійснення його цільового розвитку.

Економічну безпеку підприємства більшість дослідників обґрунтовано пов'язують з поняттями ризику та загроз, підкреслюючи, що останні є об'єктом впливу діючої системи корпоративної економічної безпеки.

Переважно, науковці розглядають загрозу і ризик як чинник небезпеки підприємства. Так, Л. Пашнюк під загрозою розуміє сукупність умов, процесів, факторів, що створюють небезпеку для суб'єктів господарювання та проявляється у вигляді збитків чи втрат, інтегральний показник яких характеризує ступінь зниження економічного потенціалу за певний проміжок часу [4, 94]. На думку М.І. Камлик суть загрози характеризується потенційними або реальними умовами, чинниками чи діями фізичних та юридичних осіб, що порушують нормальний фінансово-економічний стан суб'єктів підприємницької діяльності і здатні заподіяти великої шкоди аж до припинення його діяльності [5, с. 34].

Близькість понять економічної та фінансової загрози обумовлені відповідним рівнем подібності економічної та фінансової безпеки. Аналіз наукової літератури показав, що більшість вчених дотримуються позиції, що базується на виокремленні фінансової складової як однієї з ключових в системі економічної безпеки підприємства. За словами О.Ю. Амосова поняття «фінансова безпека» як самостійного об'єкта управління в сучасній літературі ... ідентифікують лише як один з елементів економічної безпеки» [9, с. 80]. Ґрунтовність даного положення є умовною, оскільки послідовність підпорядкування даних понять залежить від смислу, закладеного в розуміння фінансової та економічної безпеки. Фінансова безпека створює умови для економічної безпеки, в той же час, без економічної безпеки неможливим є досягнення її фінансового аналогу.

Таким чином, систему безпеки можна розглядати, як певний фінансовий стан підприємства, достатній рівень якого, дозволить фінансувати витрати на

удосконалення корпоративного управління. Насправді, безпека як підсистема управління, має прямий вплив на фінансовий/економічний стан підприємства. Він є наслідком реалізації безпекової системи. Разом з цим, система фінансової безпеки, також є об'єктом управління з боку вищих управлінських підсистем.

Список використаних джерел:

1. Барановський О. І. Фінансова безпека: монографія. Інститут економічного прогнозування. К.: Фенікс, 1999. 338 с.
2. Шлыков В. В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия. СПб.: Алетей, 1999. 138 с.
3. Гончаренко Л. П. Экономическая и национальная безопасность. М.: Экономика, 2007. 543 с.
4. Пашнюк Л. Загрози економічній безпеці підприємства та засоби їх нейтралізації. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Економіка*. 2013. №10 (151). С. 93-96.
5. Камлик М. І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко правовий аспект: Навчальний посібник. К.: Атіка 2005. 432 с.
6. Амосов О. Ю. Фінансова безпека підприємства в сучасних економічних умовах: теоретичний аспект. *Проблеми економіки*. 2011. № 4. С. 76-80.

ВЕРБИЦЬКА М.П., *магістр,
спеціальність «Управління і адміністрування»,
Тернопільський національний економічний університет*

СУЧАСНІ МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОГО ТА ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Корпоративне управління – це система відносин між органами товариства і його власниками (акціонерами) щодо управління діяльністю товариства.

Система корпоративного управління являє собою організаційну модель, за допомогою якої підприємство представляє і захищає інтереси своїх інвесторів. Дана система містить в собі багато чого: від ради директорів до схем оплати праці виконавчої ланки та механізмів оголошення банкрутства. Тип застосовуваної моделі залежить від структури корпорації, що існує в рамках ринкової економіки, і відображає сам факт поділу функцій володіння та управління сучасною корпорацією.

Найбільш привабливими для інвесторів є чотири характеристики корпоративної форми бізнесу:

- самостійність підприємства як юридичної особи;
- обмежена відповідальність індивідуальних інвесторів;
- можливість передачі іншим особам акцій, що належать індивідуальним інвесторам;
- централізоване управління.

Виходячи з цього, можна стверджувати, що головна функція корпоративного управління – забезпечити роботу корпорації в інтересах акціонерів, які надали корпорації фінансові ресурси, а також в інтересах інших зацікавлених осіб.

Поняття «корпоративне управління» являє собою систему внутрішніх відносин – між органами товариства і його акціонерів, і відносин зовнішніх – між товариством і будь-якими іншими третіми особами. Таким чином, учасниками корпоративних відносин виступають:

- емітенти – як правило, це акціонерні товариства;
- інвестори або акціонери;
- менеджмент підприємства;
- держава в особі органів державної влади і органів місцевого самоврядування;
- кредитори, інші зацікавлені особи, які втягуються тим чи іншим способом в процес функціонування підприємства.

Одні з них формують пропозицію акцій, другі – попит на них, треті – забезпечують взаємодію продавців і покупців, виконуючи ряд організаційно-технічних функцій.

Акціонери вступають з корпорацією в особливі відносини: вони уможливають саме існування корпорації як постачальники «ризикового» капіталу, необхідного для її виникнення, розвитку й зростання.

Природно, інтереси акціонерів повинні враховуватися у всіх найважливіших діях товариства. Акціонери несуть найвищі ризики:

- неотримання доходу у випадку, якщо діяльність компанії, з тих чи інших причин, не приносить прибутку;
- у випадку банкруства компанії одержують компенсацію лише після того, як будуть задоволені вимоги всіх інших груп.

Акціонери мають можливість впливати на менеджмент компанії двома шляхами:

- при проведенні зборів акціонерів, через обрання того або іншого складу ради директорів і схвалення чи несхвалення діяльності менеджменту компанії;
- шляхом продажу належних їм акцій, впливаючи тим самим на курс акцій, а також створюючи можливість поглинання компанії акціонерами, не дружніми діючому менеджменту.

Органи державної влади та місцевого самоврядування зацікавлені в стабільній роботі підприємств, що означає постійну виплату всіх податків та інших обов'язкових платежів, створення робочих місць.

Об'єктами корпоративного управління є господарські товариства.

Однак не всі господарські товариства попадають під поняття корпоративних. До них насамперед відносять акціонерні товариства, товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю, тобто ті, в яких управління відокремлене від власності.

Об'єктом корпоративного управління є також державне майно, передане в статутні капітали господарських товариств, акції акціонерних товариств, що належать державі.

Корпоративне управління не обмежується винятково відносинами між інвесторами та менеджерами, а передбачає також врахування законних інтересів і активне співробітництво із зацікавленими особами, які мають легітимний інтерес у діяльності товариства (працівниками, споживачами, кредиторами, державою, громадськістю тощо). Це пов'язане з тим, що товариство не може існувати незалежно від середовища, в якому воно функціонує і кінцевий успіх його діяльності залежить від діяльності всіх зацікавлених осіб.

Значення корпоративного управління для товариства проявляється в його впливі на підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності завдяки забезпеченню: належної уваги до інтересів акціонерів; балансу інтересів учасників корпоративних відносин; фінансової прозорості; впровадження правил ефективного менеджменту та належного контролю.

Значення корпоративного управління для держави та державного управління обумовлено його впливом на соціальний і економічний розвиток країни через:

- сприяння розвитку інвестиційних процесів, забезпечення впевненості та підвищення довіри інвесторів;
- підвищення ефективності використання капіталу та діяльності товариств;
- врахування інтересів широкого кола зацікавлених осіб, що забезпечує здійснення діяльності на благо товариства та зростання національного багатства.

Все це обумовило необхідність розробки міжнародних стандартів і правил, які були б законодавчо закріплені й впроваджені в практичну діяльність підприємств, що в остаточному підсумку гарантувало б потенційним інвесторам надійність капіталовкладень, дозволило б їм одержувати повну й об'єктивну інформацію про діяльність компаній.

Практика корпоративного управління відображає як міжнародний, так і національний досвід діяльності корпорації у світі. На рис. 1 наведена класифікація стандартів корпоративного управління.

Структура корпоративних відносин і корпоративного управління відповідає умовам та особливостям кожної конкретної країни і складається під впливом таких чинників:

- законодавчої бази, яка регулює права і обов'язки сторін, що беруть участь у корпоративному управлінні;
- практики ділових взаємозв'язків, що складаються в країні;
- статуту корпорації і її внутрішніх документів.

Акціонери добре знають один одного і підтримують з компанією відносини, що виходять за рамки фінансових інвестицій.

На даний момент існує 3 найбільш розповсюджені моделі корпоративного управління – японська, англо-американська і німецька.

Національна модель корпоративного управління має загальні риси, як англоамериканської (розпорошеність акціонерного капіталу, трирівневе управління товариством (загальні збори, спостережна рада, правління, важлива роль головного керівника), японської (ключовими учасниками є фінансово-промислові групи та банки, управління здійснюється афілійованими особами, держава – діючий акціонер, незалежне регулювання ринку державними органами є неефективним, відсутність серйозного впливу індивідуальних

інвесторів на справи корпорації) та німецької (незначний розвиток фондового ринку) моделей. Крім вище описаних моделей корпоративного управління останнім часом також виділяють так звані аутсайдерську і інсайдерську моделі управління.

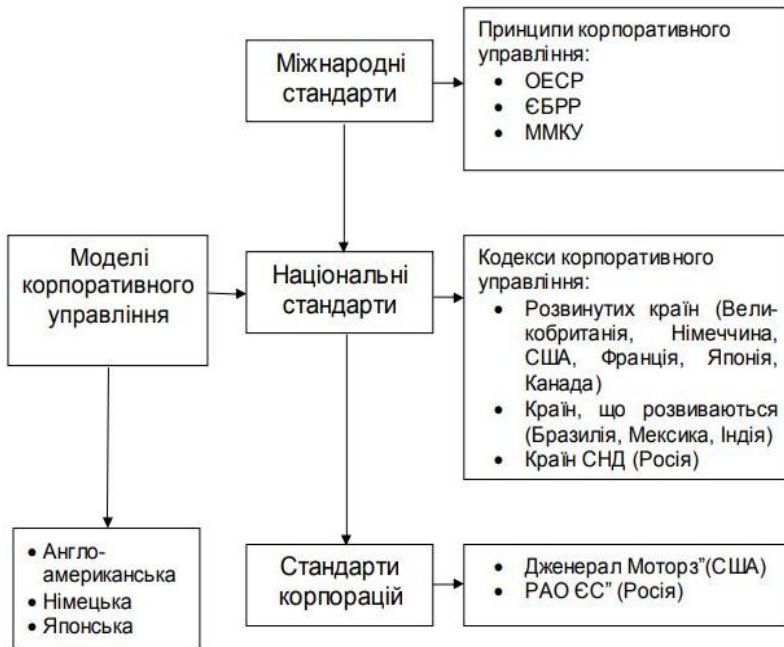


Рис. 1. Структура стандартів корпоративного управління

Джерело: [1].

Отже, головною функцією корпоративного управління є організація виробничої, фінансової й інших видів діяльності підприємства в інтересах акціонерів, які забезпечують акціонерні товариства фінансовими ресурсами. Корпоративне управління створює правове поле для визначення повноважень, прав і відповідальності різних учасників корпоративних відносин та регулює їх взаємозв'язки.

Список використаних джерел:

1. Штерн Г. Ю. Корпоративне управління: Навч. посібник для студентів спеціальності 8.050201 «Менеджмент організацій». Харків: ХНАМГ, 2009. 278 с.
2. Сутність корпоративного управління. URL: https://pidruchniki.com/1130110752406/menedzhment/sutnist_korporativnogo_upravlinnya

ГАРАЖДЖУК І.В., аспірант,
спеціальність «Менеджмент»,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

**КООПЕРАТИВНІ ПРИНЦИПИ ТА ЇХ МІСЦЕ В РОЗВИТКУ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ОБСЛУГОВУЮЧОЇ КООПЕРАЦІЇ
УКРАЇНИ**

Функціонування будь яких господарських структур, і не тільки, визначається певними основоположними законами та правилами, котрі прийнято називати принципами. Кооперативні структури не є виключенням. Кооператив може бути визнаний таким лише за умови дотримання кооперативних принципів при його заснуванні та у процесі діяльності, основні кооперативні принципи на міжнародному рівні затверджені міжнародним кооперативним альянсом (далі – МКА) [2], а на національному рівні в Україні – Законом України «Про кооперацію» [1] (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняння міжнародних та національних кооперативних принципів

Принципи МКА	Принципи Закону України «Про кооперацію»
Добровільне і відкрите членство	Добровільності вступу та безперешкодного виходу з кооперативної організації
Демократичний контроль членів	Рівного права голосу під час прийняття рішень
	Демократичного контролю за діяльністю кооперативних організацій та їх посадових осіб з боку членів кооперативних організацій
	Соціальної справедливості, взаємодопомоги та співробітництва
Участь членів в економічній діяльності	Безпосередньої участі членів кооперативної організації у її діяльності
	Вільного вибору напрямів і видів діяльності
Автономія і незалежність	-
Освіта, професійна підготовка та інформація	-
Співпраця кооперативів	-
Гурбота про суспільство	-

Національні кооперативні принципи побудовані на основі міжнародних, котрі є основоположними та визначають як внутрішні правила діяльності кооперативу (1-3 принципи), так і його зовнішню діяльність (4-7 принцип). Поряд з тим національні принципи визначають в основному порядок

внутрішньої діяльності кооперативу, не враховуючи значення кооперації у соціальній та культурній сфері діяльності суспільства, а також не враховують роль освіти для працівників та членів кооперативу та інформаційного забезпечення населення щодо переваг та ролі кооперації для кожного учасника кооперації та суспільства в цілому, а також не враховують зовнішню діяльність кооперативу. Така невідповідність у міжнародних та національних принципах кооперації породила ряд проблем розвитку національної кооперації. Зокрема, можемо виділити наступні групи проблем:

1) інформаційні проблеми полягають у відсутності інформаційної підтримки; недостатня поінформованість населення про переваги кооперації, що породжує недовіру до перспективності кооперативних структур та до кооперування як одного із шляхів розвитку дрібного сільського господарства, а також частково поширення недостовірної інформації поміж селянами та дрібними фермерами; невизначеність щодо суті сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу; (5 міжнародний кооперативний принцип);

2) проблемами в організації діяльності кооперативів, зокрема відсутність структур вертикальної кооперації, кооперативних оптових баз тощо, а також чіткого розуміння стратегії розвитку кооперації; (6 міжнародний кооперативний принцип);

3) значно гальмують розвиток кооперації і кадрові проблеми, котрі полягають у недостатньому рівні кваліфікованих працівників, брак досвіду управління кооперативами тощо; (5 міжнародний кооперативний принцип);

4) немало важливими є інституційні проблемами – ставлення населення до кооперації (стереотипне мислення), міжособистісні відносини в громаді, котрі породжують проблеми недовіри між членами кооперативу, низький рівень ініціативності населення в цілому (5 та 7 міжнародні кооперативні принципи).

Безумовно не слід розраховувати на те що формальні зміни в законодавстві з розширення переліку національних кооперативних принципів вирішить проблеми розвитку кооперації в Україні. Проте, на нашу думку, такі зміни є доцільними та важливими, оскільки в разі грамотної їх реалізації можливе вирішення вищезгаданих проблем розвитку кооперації, а також приведення національних принципів у відповідність міжнародним. У даному питанні важливий комплексний підхід, стратегічне планування та активна інформаційна робота щодо дієвості принципів на практиці. Важливими складовими є консультаційна робота по впровадженню нових принципів, розробка методологічно-інформаційної бази із застосування нових принципів кооперативами, активна пропаганда нововведень та підтримка змін на всіх ланках регулювання діяльності кооперативів.

Варто також зазначити, що вирішення проблем розвитку сільськогосподарських кооперативів потребує комплексного підходу з боку держави та громадськості. Поряд з тим низка проблем може бути вирішення на місцевому рівні, шляхом продуманих управлінських рішень місцевих інститутів управління.

Список використаних джерел:

1. Закон України Про сільськогосподарську кооперацію. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1087-15>.
2. Міжнародний кооперативний альянс. URL: <https://www.ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>

ДЕХТЯР С.С., аспірант,
*спеціальність «Економіка»,
Дніпропетровський національний університет
залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна*

АНАЛІЗ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА»

На даний час проблеми визначення та забезпечення економічної безпеки підприємства почали викликати підвищений інтерес дослідників. В першу чергу це пов'язане з погіршенням соціально-економічного стану країни внаслідок окупації частини територій і помітним ослабленням її економічних позицій у світі. В зв'язку з цим у науковому середовищі були зроблені спроби сформулювати концепцію економічної безпеки підприємства, визначити її основні складові і елементи. У підсумку сформувався досить широкий спектр досліджень практично зі всіх питань, пов'язаних з економічною безпекою, починаючи від визначення поняття й закінчуючи спробами дати кількісну і якісну оцінку стану економічної безпеки як окремого підприємства так і країни в цілому. Однак, у науковій літературі так і не було вироблено єдиного визначення поняття економічної безпеки підприємства.

Категорія «економічна безпека підприємства» відносно недавно стала виступати в якості самостійного об'єкта наукових досліджень. Однак, революційні за своїм характером зміни, що відбуваються в Україні суттєво розширили предметну область досліджень у сфері економічної безпеки.

У результаті проведеного нами аналізу основних напрямків у визначенні поняття «економічної безпеки підприємства» та систематизації наявних у літературних джерелах визначень цього поняття було визначено три основні підходи у розумінні змісту і сутності досліджуваної категорії.

1. Економічна безпека як певний стан підприємства.

Виділено два різновиди даного підходу до визначення економічної безпеки підприємства:

а) Економічна безпека, як стан ефективного використання ресурсів підприємства. У рамках даного підходу існують такі варіанти розуміння поняття економічна безпека підприємства:

Покропивний С. Ф. [1] під економічною безпекою підприємства розуміє становище найбільш ефективного використання ресурсів для запобігання загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства на теперішній час і в

майбутньому. Олейніков Є. А. [2] визначає як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для подолання загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства сьогодні і в майбутньому. Корієнко А. В. [3] розуміє як стан оптимального для підприємства рівня використання його економічного потенціалу, за якого реальні та/або можливі збитки виявляються нижчим за встановлені підприємством межі.

У подібному розумінні безпеки акцент робиться на забезпеченні високого рівня економічного потенціалу підприємства шляхом організації найбільш ефективної роботи всіх його підрозділів. Наведені вище визначення безсумнівно свідчать про масштабний і комплексний підхід до даного поняття. Такий підхід більш чітко визначає основні умови забезпечення економічної безпеки підприємства, які визначаються рівнем ефективності використання наявних у підприємства ресурсів у розрізі всіх сфер його господарської діяльності. В той же час у межах даного підходу не враховуються фактори зовнішнього впливу (конкуренція, попит і пропозиція, податкові та юридичні фактори, інформаційна безпека та інше).

б) Економічна безпека як стан захищеності діяльності підприємства. В межах даного підходу розрізняють такі варіанти розуміння поняття економічна безпека підприємства.

Ковалев Д. В. [4] під економічною безпекою підприємства розуміють стан захищеності діяльності підприємства від негативного впливу зовнішнього оточення, а також визначають її, як здатність своєчасно усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, які не відбиваються негативно на його діяльності.

Бендіков М. О. [5] як стан захищеності науково-технічного, технологічного, виробничого та кадрового потенціалу підприємства від прямих (активних) або непрямих (пасивних) загроз. Воронович Л. М. [6] як стан незалежності суб'єктів підприємницької діяльності від недобросовісної конкуренції підприємств-монополістів, непередбачуваних договорами дій підприємств-постачальників і торговельних організацій, від нераціональної економічної і правової політики держави та інших чинників, яка дає змогу привласнювати більшу частину законних прибутків. Дубецька С. П. [7] пропонує розглядати економічну безпеку підприємства як стан об'єкта в системі його зв'язків з точки зору його стійкості (самовиживання) та розвитку в умовах внутрішніх і зовнішніх загроз, непередбачуваних дій та складно прогнозованих чинників.

На нашу думку, вказаний підхід є не повним. Основною метою функціонування будь-якого підприємства є отримання максимального прибутку, і тому, економічна безпека підприємства повинна передбачити не лише усунення загроз (ризиків) а, насамперед, повинна стимулювати господарську еволюцію підприємства як системи, необхідність економічного зростання, підвищення економічного потенціалу підприємства з урахуванням ризиків, загроз і тенденцій зовнішнього середовища.

2) Економічна безпека як процес, механізм або комплекс заходів.

В рамках цього підходу існують такі варіанти розуміння поняття «економічна безпека».

Раздіна Є. [8] визначає економічну безпеку як комплекс заходів, які сприяють підвищенню фінансової стійкості господарюючих суб'єктів за умов ринкової економіки, які захищають їх комерційні інтереси від впливу негативних ринкових процесів. Капустін Н. [9] – як сукупність чинників, які забезпечують незалежність, стійкість, здатність до прогресу в умовах дестабілізуючих факторів.

В межах даного підходу до визначення поняття економічної безпеки основна увага зосереджена на комплексі заходів та сукупності певних чинників, але не враховує необхідність запобігання внутрішнім та зовнішнім загрозам підприємства.

Вказаний напрямок визначення поняття «ЕБП» вважаємо найбільш універсальним. В свою чергу пропонуємо розширити сферу цього підходу та включити до його основних аспектів процес збору та аналізу даних, на підставі яких керівництвом підприємства приймаються управлінські рішення з метою найефективнішого використання усіх наявних ресурсів підприємства для забезпечення стабільної, довгострокової та максимально прибуткової діяльності підприємства.

3) Інші індивідуальні підходи

Крім розглянутих вище основних підходів до визначення сутності економічної безпеки підприємства, наведемо також такі.

Наумова Л. Г. [10] розглядають економічну безпеку підприємства як стан, що визначається керівництвом і власниками підприємства як задовільний (прийнятний, бажаний, цільовий), що може проявлятися у досягненні певного рівня виробництва та бажаного рівня економічних показників, і може підтримуватися протягом певного періоду часу. Шемасва Л. Г. [11] розглядає економічну безпеку підприємства, як здатність реалізації стратегічних економічних інтересів підприємства на основі використання можливостей зовнішнього та внутрішнього середовища із застосуванням продуктивної взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища.

Аналізуючи розглянуті вище визначення можна зробити висновок, що подібне розуміння поняття економічної безпеки враховує особливості окремого підприємства, специфіку його діяльності, його місію та інші важливі фактори. З іншого боку, недоліком такого підходу є відсутність формування алгоритмів запобігання впливу на діяльність підприємства загроз та ризиків.

Враховуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що незважаючи на різноманітність аспектів, у межах яких розглядається поняття «економічної безпеки підприємства» жодне із запропонованих визначень не можна спростувати. Всі вони є правильними та логічними за своєю сутністю та структурою. Але, в той же час, погодитися з будь-яким із них у повній мірі не можна. Деякі автори розглядають поняття економічної безпеки підприємств занадто широко та масштабно, інші занадто вузько розуміють це поняття, що виключає можливість комплексного підходу до оцінки та забезпечення діяльності підприємства.

Проаналізувавши існуючі погляди на поняття економічної безпеки підприємства, пропонуємо визначити найголовнішим та актуальним напрямком

наукових досліджень у сфері економічної безпеки формування певного універсального алгоритму дій, завдяки якому, керівники підприємств зможуть визначити індивідуальні параметри ризиків, що можуть впливати на діяльність підприємства, і на основі отриманих результатів, сформувані індивідуальну концепцію економічної безпеки власного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Економіка підприємства: підручник / [Грещак М. Г., Колот В. М., Наливайко А. П та інші]; за заг. ред. С. Ф. Покропивного. 2-ге вид., перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2001. 528 с.
2. Олейников Е. А. Економічна і національна безпека: підручник для вузів. К.: Іспит, 2005. 768 с.
3. Корієнко А. В. Механізм досягнення і підтримки економічної безпеки підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук.: 08.06.01 / Київський національний економічний університет. К., 2000. 19 с.
4. Ковалев Д., Сухорукова Т. Экономическая безопасность предприятия. *Економіка України*. 1998. № 10. С. 48-52.
5. Бендигов М. А., Джамай Е. В. Совершенствование диагностики финансового состояния предприятия промышленного предприятия. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2001. № 5. С. 80-95.
6. Економічна енциклопедія / під ред. Воронович Л.М. Тернопіль, 2000.
7. Дубецька С. П. Економічна безпека підприємств України. *Недержавна система безпеки підприємництва як суб'єкт національної безпеки України*: Збірник матеріалів наук.-практ. конф., м. Київ, 16-17 травня 2001 р. К.:Вид-во Європейського університету фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу, 2003. С. 146-172.
8. Раздина Е. В. Экономическая безопасность (сущность и тенденции развития): дис. ... канд. екон. наук: 08.00.01. М., 1998. 164 с.
9. Капустин Н. П. Экономическая безопасность отрасли и фирмы. *Бизнес-информ*. 1999. № 11-12. С. 45-47.
10. Тимофеев Т. В., Наумова Л. Г. Экономическая безопасность и управление риском предприятий. URL: http://btb-group.ru/publikacii/?art_id=6
11. Шемасва Л. Г. Економічна безпека у стратегічній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 21.04.02. К., 2010. 39 с.
12. Класифікація підприємств з 1 січня 2018 р. URL: <https://www.buh24.com.ua/klasifikatsiya-pidpriyemstv-z-1-sichnya-2018-r/>
13. Небава М. І., Міронов Ю. В. Економічна безпека підприємств: навч. посібник. Вінниця: ВНТУ, 2017. 220 с.
14. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
15. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

ЖУКОВ В.С.*, студент,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Київський університет ринкових відносин

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У даний час українські вчені недостатньо уваги приділяють дослідженню процесу формування потенціалу підприємства. В зв'язку подальшим формуванням ринкової інфраструктури, кризовим становищем деяких підприємств відбувається скорочення потенціалу господарюючих суб'єктів. Саме тому вивчення процесу формування потенціалу являється необхідним та актуальним на сьогодні.

Формування потенціалу підприємства – це процес ідентифікації та створення спектра підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм для стабільного розвитку та ефективного відтворення [1].

Цей процес можливий лише при взаємодії із зовнішнім середовищем. Розглянемо чинники, які впливають на складові формування потенціалу підприємства та забезпечують ефективне їх використання. Вони поділяються на внутрішні та зовнішні залежно від сфери їх впливу на складові потенціалу. Зовнішні чинники пов'язані з заходами державних органів, банківських установ, інвестиційних компаній тощо. До зовнішніх чинників відносять економічні, природні, політико-правові, соціокультурні, технологічні та інші. До внутрішніх чинників перш за все відноситься стратегія підприємства. Тому процес формування потенціалу є одним з напрямків економічної стратегії підприємства [4].

Для того, щоб краще вивчити можливості підприємства та складові його потенціалу, необхідно сферу функціонування підприємства поділити на такі складові: середовище непрямого впливу, середовище безпосереднього впливу та внутрішнє середовище.

Існує декілька основних принципів формування потенціалу підприємства:

- 1) потенціал підприємства є складною системою, що складається з елементів які можуть заміщати один одного, тобто вони є альтернативними;
- 2) потенціал підприємства не можна сформувати лише додаванням елементів, тому що він є динамічною системою;
- 3) під час формування потенціалу підприємства діє закон синергії його елементів;
- 4) потенціал підприємства може трансформуватися, внаслідок чого з'являються нові складові елементи;
- 5) елементи потенціалу підприємства функціонують в сукупності, тому що неможливо розкрити повністю можливості підприємства розкривши окремо складові його потенціалу;

* Науковий керівник – Сова О.Ю., к.е.н.

6) всі елементи потенціалу об'єктивно пов'язані з функціонуванням та розвитком підприємства;

7) складові потенціалу можуть характеризувати продукцію та послуги, що виробляються на підприємстві [2].

Внутрішні можливості потенціалу представлені його об'єктивною складовою, а здатності – його соціальною складовою. В процесі діяльності підприємство перебуває під безпосереднім та непрямим впливом зовнішнього середовища. Рівень впливу факторів зовнішнього оточення на підприємство залежить від місця розташування підприємства, його розмірів, галузі в якій функціонує підприємство, від виду його діяльності.

Середовище непрямого впливу може обмежувати або розширювати межі діяльності підприємства, в свою чергу підприємства не мають ніякого впливу на нього. З середовищем безпосереднього впливу підприємство перебуває в тісному взаємозв'язку і підприємство може на нього впливати, але цей вплив незначний [3].

Досліджуючи зовнішнє середовище необхідно розглянути ринкові можливості та загрози. Ринкові можливості дають змогу підприємству підвищити свою конкурентоздатність, покращити свої ринкові позиції, задовольняти потенційний обсяг попиту, підвищити рентабельність виду діяльності. За допомогою можливостей потенціал підприємства може підвищуватися. Загрози зовнішнього середовища здійснюють негативний вплив на підприємство і можлива ситуація коли загальний потенціал підприємства значно нижчий за його внутрішній потенціал. До негативних факторів можуть відноситися: економічні, політико-правові, природні та технологічні [4].

Отже, формування достатнього економічного потенціалу є метою кожного підприємства й передумовою його успішної, ефективної діяльності, основою стійкого розвитку та максимально результативного функціонування.

Список використаних джерел:

1. Арєф'єва О. В., Харчук Т. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми економіки*, 2016. № 7. С. 71-76.
2. Іщук С. О. Концептуальні засади формування та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств. *Регіональна економіка*, 2015. № 3. С. 48-52.
3. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. К.: Знання, 2016. 366 с.
4. Козловський В. О., Причєпа І. В. Теоретико-методологічні підходи о визначення потенціалу підприємства. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*, 2017. № 3. С. 28-34.

ЗАКРЕВСЬКА Л.М., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки і права,
Національний університет харчових технологій

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ УКРАЇНИ

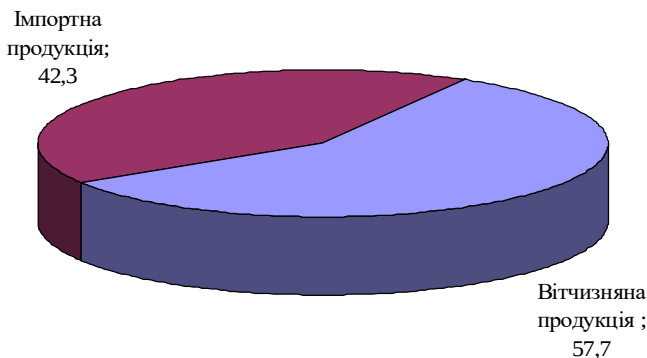
Розвиток вітчизняної індустрії виробництва продуктів дитячого харчування є одним з найважливіших питань, які потребують першочергового вирішення на державному рівні, адже збалансоване та якісне харчування для дітей є не тільки необхідною умовою нормального розвитку, але й важливим фактором забезпечення продовольчої безпеки країни.

Розвиток галузі дитячого харчування – найкраща інвестиція в майбутнє.

Структура і динаміка ринку дитячого харчування змінюються в залежності від впливу ряду факторів, а саме: доходів населення, народжуваності, наявності внутрішнього виробництва і надлишків на ринку, а також цін на сировину.

Так, доходи населення в нашій країні після падіння в 2014-2016 рр. почали поступово відновлюватися завдяки стабілізації деяких галузей економіки, відсутності коливань на ринках та встановлення мінімальної заробітної плати в країні. В середньому, зростання доходів у 2017 році склало 5-7 %. У той же час, продовжує скорочуватись народжуваність. У 2017 році вона зменшилась на 11,6 % у порівнянні з 2015 роком [1].

Це призвело до того, що протягом останніх років в Україні скорочується виробництво дитячих продуктів харчування. Так, у 2017 році обсяги кисломолочної продукції становили 4,6 тис. тонн проти 5,1 тис. тонн у 2015 році. Кількість фруктових та овочевих пюре також зменшилась [2].



**Рис. 1. Структура ринку дитячого харчування за походженням продукції
в 2017 році у натуральному вираженні, %**

Джерело: побудовано автором на основі [1]

Локальною причиною негативної динаміки обсягів виробництва продукції є перерозподіл внутрішнього ринку збуту через реорганізацію і рейдерське захоплення найбільшого виробника продукції – Хорольського заводу дитячого харчування. Нові підприємства за досліджуваний період в сегменті не з'явилися.

Через скорочення купівельної спроможності населення відбувається поступове імпортозаміщення. Вітчизняна продукція дитячого харчування стала гідною альтернативою зарубіжним конкурентам.

Слід відзначити, що основну частку українського ринку дитячого харчування становить кисломолочна продукція. Вона широко представлена вітчизняними виробниками, лідером серед яких є ТДВ «Яготинський маслозавод». Європейська експертиза, яку було проведено в 2017 році, підтвердила високу якість дитячої продукції, що відповідає як технічним умовам, прописаним у документації підприємства, так і вимогам європейського законодавства.

Особливу роль для завоювання чинного місця на внутрішньому ринку слід приділяти реалізації продукції. Філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» забезпечує продукцією всі регіони України. Зберігання товару, особливо в літній період, залежить від забезпечення належних температурних режимів. На сьогодні дві великі торговельні мережі, «Сільпо» та «АТБ», реалізують до 60 % харчування «Яготинського для дітей». Це посилює контроль за безпечністю продукції і зміцнює постійні контакти з компаніями, кожна з яких, у свою чергу, вже має власні відділи контролю якості. Вони проводять дослідження, і якщо є скарги – передають їх на підприємство, де вони уважно узагальнюються та вивчаються [4].

Проте деякі сегменти дитячої продукції не охоплені українськими виробниками – це спеціальні суміші медичного призначення, м'ясні та рибні консерви, печиво, макаронні вироби і соуси. Саме ці ніші займає імпортерна продукція відомих марок. У структурі імпорту 90 % припадає на чотири категорії: сухі або пастоподібні суміші (37 %), соки (чверть поставок), пюре (16 %) та сухі каші (12 %) [2]. В Україні всього два підприємства, які виробляють плодовоовочеві пюре та соки для малюків, – «Вітамарк-Україна» (Одеський консервний завод дитячого харчування) та «Асоціація дитячого харчування» (Південний консервний завод).

Тому виникає потреба у пошуку інструментів стабілізації ситуації на ринку продукції дитячого харчування для забезпечення розвитку вітчизняного виробництва.

На нашу думку, для підтримки галузі дитячого харчування в Україні необхідно ухвалити стратегію виробництва дитячого харчування до 2025 року, а також внести зміни до Податкового кодексу України щодо стимулювання розвитку вітчизняної промисловості з метою доповнення його положеннями щодо повернення пільги з оподаткування прибутку підприємств-виробників дитячого харчування. Вони свого часу були скасовані.

На думку експертів галузі, завдяки тому, що раніше була запроваджена державна програма з розвитку дитячого харчування, в Україні запрацювали високотехнологічні підприємства, і українські діти тепер можуть споживати

високоякісні рідкі та пастоподібні кисломолочні продукти вітчизняного виробництва [3].

Важливість розробки та реалізації стратегії розвитку виробництва продуктів дитячого харчування зумовлена необхідністю створення сприятливих умов для розвитку вітчизняної галузі дитячого харчування, впровадження наукоємних технологій у галузі, зменшення залежності від імпортних поставок продукції дитячого харчування, перетворення у високоефективну, експортоспроможну галузь.

Стабілізація і відродження галузі виробництва продуктів дитячого харчування можливі лише за умови здійснення чіткої стратегічної лінії з боку держави з частковим фінансовим забезпеченням за рахунок коштів державного бюджету.

Стратегія розвитку виробництва продуктів дитячого харчування буде направлена на формування ефективного соціально спрямованого сектору економіки держави, здатного задовольнити потреби внутрішнього ринку та забезпечити провідні позиції на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. В Україні третій рік поспіль скорочується виробництво дитячого харчування / Agravery. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/v-ukraini-tretij-rik-pospil-skorocuetstva-virobnictvo-ditacogo-harcuvanna>
3. Як українським дітям полюбити «українське» змалку / Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2432146-ak-ukrainskim-ditam-polubiti-ukrainske-zmalku.html>
4. Офіційний сайт філії «Яготинське для дітей» / Молочний альянс. URL: <https://milkalliance.com.ua/company/enterprises/filiya-yagotynske-dlia-ditej/>
5. Помірне зростання: аналітичний огляд ринку дитячого харчування України / Інформаційний дайджест. URL: <https://proconsulting.ua/ua/pressroom/umerennyj-rost-analiticheskij-obzor-rynka-detskogo-pitaniya-ukrainy>

КАРЦЕВА В.В., *д.е.н., доцент,
завідувач кафедри фінансів та банківської справи,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

БЄСЛОВА Д.Д., *магістрант,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

МЕХАНІЗМ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

В умовах структурних перетворень, які відбуваються у період економічної нестабільності, важливим завданням для ефективного функціонування реального сектору економіки є підтримка фінансової безпеки підприємств.

За сучасних умов функціонування економіки України постає проблема забезпечення фінансової безпеки підприємств за допомогою відповідного механізму. Це сприятиме виявленню та запобіганню загроз, забезпеченню захисту фінансових інтересів підприємства.

Механізм фінансової безпеки привертає увагу науковців у контексті розробки, побудови та його практичного функціонування з метою підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

У сучасній вітчизняній та зарубіжній науковій літературі не існує єдиної думки відносно сутності поняття «механізм фінансової безпеки підприємства». Необхідність фінансової безпеки та її роль у ринковій системі господарювання досліджували такі зарубіжні вчені як: Р. Акофф, І. Ансофф, М. Портер, А. Стрікланд, А. Томпсон, та інші.

Разом з тим, зарубіжний досвід має бути адаптований з урахуванням особливостей функціонування вітчизняних підприємств. Дослідженню цієї важливої проблеми присвячені праці вітчизняних науковців О. І. Барановського, І.А.Бланка, Т. М. Гладченко, А. О. Спіфанова, М. М. Єрмошенка, В. Пастухової, Г. О. Швиданенко та інших.

Система управління підприємством має бути зорієнтована на досягнення поставлених цілей з урахуванням факторів впливу внутрішнього та зовнішнього середовища. Фінансова безпека має стати тією складовою, що здатна зменшити рівень впливу негативних явищ, які виникають у процесі діяльності підприємства. Разом з тим для ефективного практичного функціонування такої системи управління підприємством необхідно сформувати механізм фінансової безпеки.

Аналіз наукових праць [1-9] свідчить про те, що дослідниками розкриті концептуальні основи формування системи фінансової безпеки, разом з тим відсутня універсальна методика формування її механізму на підприємствах реального сектору економіки.

Так, В. Л. Ліпкан вважає, що механізм безпеки (будь-якої) включає сукупність цілей, функцій, принципів і методів, взаємодія яких забезпечує ефективне функціонування системи безпеки [6]. На наш погляд запропоновані складові механізму безпеки мають бути доповнені організаційною структурою та інструментарієм.

І. О. Бланк вважає, що до складу механізму управління фінансовою безпекою підприємства мають входити такі складові: система державного нормативно-правового регулювання фінансової безпеки підприємства, ринковий механізм регулювання фінансової безпеки підприємства, внутрішній механізм управління фінансовою безпекою підприємства, система методів управління, система інструментів управління [1].

На погляд М. М. Єрмошенка, механізм управління фінансовою безпекою має містити такі складові: економічні закономірності, мета і завдання управління, функції, організаційна структура, принципи управління, методи управління, кадри управління, техніка і технологія управління, критерії оцінки ефективності системи управління [3].

К. С. Горячева до складу механізму управління фінансовою безпекою підприємства відносить такі елементи: сукупність фінансових інтересів підприємства; функції, принципи і методи управління; організаційну структуру; управлінський персонал; техніку і технології управління; фінансові інструменти; критерії оцінювання рівня фінансової безпеки [2, с. 47].

К. С. Тимошенко виокремлює чотири системи забезпечення: організаційно-методичне, нормативно-правове, фінансове та інформаційне [9, с. 93].

К. В. Орехова у структурі механізму фінансової безпеки виділяє функції управління, фінансові методи, фінансові важелі, суб'єкт управління, об'єкт управління, предмет, мету управління та процеси (виробничо-господарські, інвестиційні, фінансові) [7, с. 142]. Такий підхід є більш комплексним, оскільки крім значної кількості складових окремо виділені процеси, у тому числі і фінансові.

В. В. Орлова розглядає «механізм управління фінансовою безпекою підприємства» як комплекс взаємозалежних модулів, що визначають порядок розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з формуванням тактичних і стратегічних планів захисту пріоритетних фінансових інтересів підприємства від різних загроз. Основними модулями механізму є: вибір показників фінансової безпеки підприємства, оцінка рівня ФБП, виділення домінуючих загроз ФБП, оцінка пролонгованої дії загроз, вибір стратегії і тактики управління ФБП [8, с. 110].

Отже, не зважаючи на значний обсяг наукових праць, присвячених питанням розробки механізму управління фінансовою безпекою підприємства, досі немає одностайності щодо розуміння змісту і структури внутрішніх складових такого механізму. Це свідчить про те, що фінансова безпека та відповідно і механізм фінансової безпеки є поняттями, які знаходяться у постійному русі і змінюються під впливом розвитку процесів в економіці.

Виходячи із визначень понять «механізм безпеки», «механізм управління фінансовою безпекою підприємства» ми розглядаємо даний механізм як систему цілей, функцій, принципів, методів, завдань та інструментів управління, що взаємодіють між собою та спрямовані на створення передумов для ефективної діяльності підприємства як в довго- так і короткостроковій перспективі, посилення захисту його фінансових інтересів, гнучкості у прийнятті фінансових рішень, своєчасного реагування на загрози зовнішнього і внутрішнього середовища з метою зменшення впливу фінансових ризиків підприємства.

Грунтуючись на тезі, що будь – який механізм являє собою сукупність методів, принципів, функцій, інструментів, можемо погодитися з тим, що побудова механізму фінансової безпеки має врахувати вищенаведені складові з урахуванням галузевих особливостей діяльності підприємства і може містити ще й такі елементи як: суб'єкт, об'єкт, мета, завдання, фактори впливу та система забезпечення механізму фінансової безпеки [4, 5]

Вважаємо за потрібне подати основні концептуальні елементи механізму фінансової безпеки у вигляді схеми (рис. 1). Запропонована схема може бути використана у якості основи для подальшого доповнення механізму фінансової безпеки складовими, які враховують галузеві особливості діяльності підприємства.

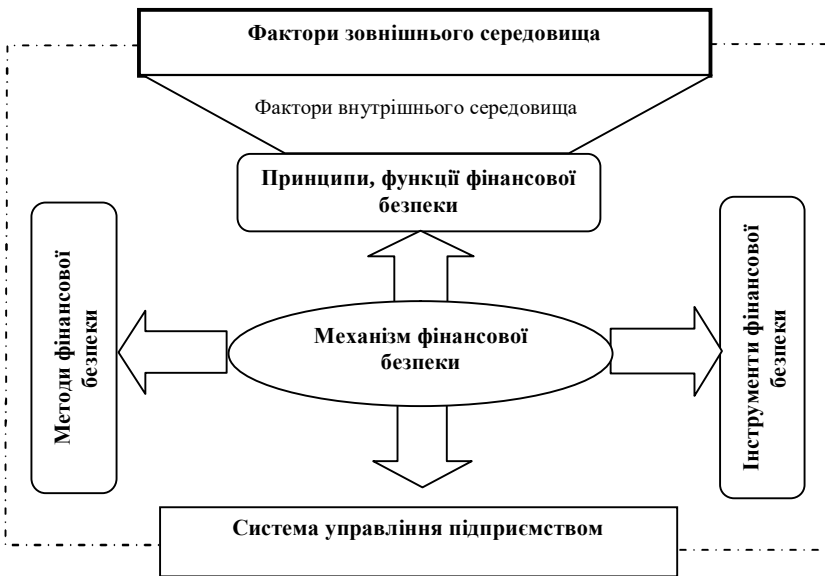


Рис. 1. Концептуальні елементи механізму фінансової безпеки підприємства

Джерело: авторська розробка.

Слід зазначити, що на українських підприємствах процес формування механізму управління фінансовою безпекою ще не відпрацьований. Це можна пояснити недостатністю висвітлення даного питання на теоретичному, методичному та практичному рівні, що визначає необхідність подальших досліджень у цьому контексті.

Список використаних джерел:

1. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. 784 с.
2. Горячева К. С. Механізм управління фінансовою безпекою підприємства: дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Київський національний університет технологій та дизайну. К., 2006. 174 с.
3. Єрмошенко М. М., Горячева К. С. Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємство: наук. монографія. К.: Національна академія управління, 2010. 232 с.
4. Карцева В. В. Формирование механизма финансового контроллинга на предприятии «Современное состояние и тенденции развития финансово-кредитных систем в условиях глобализации экономики» 10–11 октября 2012 года (г. Гомель).

5. Карцева В. В., Ремньова Л. М. Побудова механізму фінансового контролінгу на підприємствах та організаціях споживчої кооперації. *Науковий вісник ЧДТЕУ. Серія 1, Економіка: збірник наукових праць*. Чернівці: ЧДТЕУ, 2013. № 4(20). С. 129-134.
6. Ліпкан В. А. Безпекознавство. К.: Європейський університет, 2003. 208 с.
7. Орехова К. В. Механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2014. Вип. 1. С. 131–146.
8. Орлова В. В. Моделювання механізмів управління фінансовою безпекою підприємства: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.11 / Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника. – Івано-Франківськ, 2008. 200 с.
9. Тимошенко К. С. Структура механізму фінансової безпеки підприємства. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер. Економіка*. 2013. № 7(3), Т. 21. С. 89–96.

КИРИЧЕНКО Т.А.*, студентка,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Київський університет ринкових відносин

СПОСОБИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Незважаючи на об'єктивну природу більшості ризиків, історія розвитку людства доводить, що ризиками можна і треба управляти. Особливо актуально управління ризиками в сучасну епоху стрімкого зростання складності соціальних, економічних, виробничих, технологічних систем. Управління ризиками, як і управління іншими процесами, включає в себе вибір мети, планування способів її досягнення, реалізацію обраних способів і контроль результатів. Управління ризиками, внаслідок сильної залежності від здатності суб'єкта ризику прийняти правильне рішення при нестачі інформації, є наукою і мистецтвом одночасно.

У процесі управління виділяють наступні функції ризику [2, с. 67]:

- попереджувальну, яка проявляється в конструктивному пошуку безпечних, по відношенню до відомих ризиків, методів дій;
- захисну, яка виявляється в пошуках на інстинктивному і свідомому рівнях методів і засобів захисту від небажаних проявів ризиків;
- спекулятивну, що забезпечує можливість виграву при випадковому або спланованому сприятливому збігу умов прояву ризику;
- соціально-економічну, яка полягає в природному відборі найбільш ефективних суб'єктів ризику і методів їх дій.

* Науковий керівник – Сова О.Ю., к.е.н.

Стратегічно можна виділити наступні основні способи управління ризиками. Жоден з цих способів не забезпечує повного виключення ризику. Деяка частина ризику залишається на власному утриманні суб'єкта.

На практиці зазвичай застосовують різне поєднання цих способів в залежності від виду діяльності та очікуваних небезпек.

Тактично управління ризиками – це процеси, пов'язані з ідентифікацією, аналізом ризиків та прийняттям рішень, які включають максимізацію позитивних і мінімізацію негативних наслідків настання ризикових подій. Процес управління ризиками зазвичай включає в себе виконання наступних процедур [3].

Планування управління ризиками – процес прийняття рішень щодо застосування та плануванню управління ризиками для конкретного об'єкта. Цей процес може включати в себе рішення по організації, кадрового забезпечення процедур управління ризиками, вибір кращою методології, джерел даних для ідентифікації ризику, часовий інтервал для аналізу ситуації. У страховій справі планування включає розробку умов страхування і актуарні розрахунки на основі попереднього досвіду або прогнозних оцінок.

Ідентифікація ризиків визначає, які ризики здатні вплинути на об'єкт, і документує характеристики цих ризиків. Ідентифікація ризиків – ітераційний процес. Спочатку ідентифікація ризиків може бути виконана частково, групою аналітиків ризиків. Далі ідентифікацією може займатися основна група менеджерів. Для формування об'єктивної оцінки в завершальній стадії процесу можуть брати участь незалежні фахівці [1].

Якісна оцінка ризиків – процес подання якісного аналізу ідентифікації ризиків і визначення ризиків, що вимагають швидкого реагування. Така оцінка ризиків визначає ступінь важливості ризику і вибирає спосіб реагування. Доступність супровідної інформації допомагає правильніше розставити пріоритети для різних категорій ризиків.

Кількісна оцінка ризиків визначає ймовірність виникнення ризиків і вплив наслідків цих ризиків на об'єкт страхування, що дозволяє прийняти вірне рішення і уникнути невизначеності. У страховій справі кількісна оцінка ризиків дозволяє визначити параметри, необхідні для розрахунку адекватного ризику страхового тарифу. Ризик оцінюється ймовірністю настання збитку, математичним очікуванням його величини і дисперсією. Найбільш повно ризик характеризується функцією розподілу випадкової величини збитку, який встановлює зв'язок між можливими значеннями випадкової величини і відповідними їм ймовірностями. Для оцінки «якості», або ступеня, ризику з точки зору страхування використовують коефіцієнт варіації [3].

Після оцінки ризику завдання андерайтера полягатиме, по суті, у перевірці належності кожного конкретного прийнятого на страхування ризику до тієї статистичної сукупності проявів ризиків, на основі якої актуарій розрахував страховий тариф [1].

Планування реагування на ризики – це розробка методів і технологій зниження негативного впливу ризиків на об'єкт. У страховій справі таке планування передбачає розробку запобіжних та захисних заходів, що знижують

ймовірність настання ризику і тяжкість її наслідків, а також формування страхових резервів та організацію служби врегулювання збитків.

Моніторинг та контроль забезпечують спостереження за об'єктом ризику в період страхування, дотримання процедур ідентифікації та оцінки ризику, формування достатніх страхових резервів та дотримання умов договору страхування при врегулюванні страхових збитків [2, с. 79].

Список використаних джерел:

1. Водолазська О. В. Систематизація видів андеррайтингу в страхуванні. *Світ фінансів*, 2015. № 2. С. 94-103.
2. Кравченко В. О. *Менеджмент: Навчальний посібник*. Одеса: Атлант, 2013. 165 с.
3. Цвігун Т. В. Механізм управління ризиками в системі управління підприємством. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, 2017. № 23. С. 9-13.

КЛИМЧУК О.В., д.е.н., доцент,
доцент кафедри адміністративного менеджменту
та альтернативних джерел енергії,
Вінницький національний аграрний університет

СТРАТЕГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ РОЗВИТКУ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ

Зростання економічної ефективності суспільного виробництва різноманітних видів товарів і надання послуг вимагає створення надійної енергетичної бази. Процеси економічного піднесення актуалізують проблеми ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів і раціонального управління ними, щоб досягти максимального задоволення матеріальних потреб людини. Виробнича діяльність здійснює активний вплив на процеси кругообігу речовин та енергії у біосфері, що створює кардинальні зміни як у напрямку міграції енергоносіїв, так і в переорієнтації енергетичних потоків у навколишньому середовищі. На першочергових етапах процес енергоспоживання розпочався із масового використання відновлюваних джерел енергії, проте згодом перейшов до надмірного споживання невідновлюваних енергоносіїв, однак наразі знову повертається до використання відновлюваних енергетичних ресурсів на якісно новому рівні: з більш високим коефіцієнтом корисної дії. Не зважаючи на те, що протягом еволюційного процесу здійснювалось виснаження або відмова від того чи іншого виду енергетичних ресурсів, постійно відкривались нові їх джерела. В історичному плані простежуються сильні позитивні зв'язки між обсягами використовуваної енергії та розвитком цивілізації. Відтак, складність проблеми розвитку енергетики на

сучасному етапі значною мірою визначається співвідношенням кількісних і якісних характеристик економічного зростання.

Згідно державного стандарту, термін “енергетичний ресурс” – це паливо чи енергія різних видів та параметрів, що використовуються або можуть бути використані у промисловості” [1, с. 12]. В промисловому виробництві енергоносіями називаються матеріальні об’єкти, в яких зосереджена енергія, що придатна для практичного використання людиною. Під час господарської діяльності енергетичні ресурси інтенсивно використовуються з відновленням або без відновлення (оскільки постійно приймають участь у виробничому процесі, тому що є предметом праці), щоб отримувати з них в основному теплову та електричну види енергії.

В ринкових умовах економічне зростання спрощує вирішення проблеми обмеженості ресурсів, а розвиток виробництва зумовлюється доступністю більшої кількості найкращих за якістю природних і трудових ресурсів, включаючи технологічний потенціал, що в кінцевому підсумку дозволяє збільшити виробництво реального продукту. Основний економічний аргумент на користь ринкової системи полягає в тому, що вона сприяє ефективному розподілу ресурсів, в тому числі паливно-енергетичних [2, с. 62]. Подальший економічний розвиток буде наділений кращою здатністю задовольняти постійно зростаючі потреби виробничого спрямування та оперативної й у повній мірі вирішувати соціально-економічні проблеми суспільства як на території конкретної країни або їх об’єднань, так і на міжнародному рівні.

В наш час паливно-енергетичні ресурси зберігають своє геостратегічне значення внаслідок того, що більшість економічно розвинутих країн світу є їх імпортерами; підприємства паливно-енергетичного комплексу залежать від договорів з урядами приймаючих країн, що автоматично переміщує переговори та виникаючі конфлікти до сфери політики; транснаціональні компанії паливно-енергетичних комплексів діють спільно з урядами, що забезпечує їм державні інвестиції та страхування ризиків при проведенні геологічно-розвідувальних робіт [3, с. 60]. В результаті суспільного прояву наведених чинників комплексний фактор взаємодії здебільшого кардинально протилежних інтересів державних органів, країн і приватних фірм досить часто створює на ринку паливно-енергетичних ресурсів “непрозорі” схеми розрахунків, які супроводжуються порушенням рівноваги у світовій економіці через енергетичні кризи, ембарго, падіння темпів і рівнів видобутку та стрімким підвищенням цін.

Сталий розвиток відображає комплексність взаємозв’язку між діяльністю людей та навколишнім середовищем, що є замкненою екологічною системою, яка не може постійно збільшуватись і має вичерпні матеріальні ресурси. При цьому потреби економічної діяльності в зовнішній екосистемі для поновлення сировинних ресурсів “на вході” та утилізації відходів “на виході” мають обмежуватись рівнями екологічної безпеки довкілля. Через наявність суттєвих екологічних чинників і значну обмеженість світових запасів невідновлюваних енергоресурсів, існує певна межа розвитку енергетики та тісно пов’язаної з нею економіки [4, с. 15]. Окреслена ситуація зумовлена тим, що діючі моделі виробництва, розподілу та споживання енергії на різних рівнях нестабільні й

нерациональні з огляду на фінансові витрати та екологічну ситуацію, становлячи значну перешкоду для сталого соціально-економічного розвитку як багатьох країн світу, так і України зокрема. Слід відзначити, що традиційні енергоносії при нерациональному використанні досить швидко виснажуються, тому важливо заощаджувати якомога більшу кількість енергії. Початок виникнення енергетичних криз у суспільному виробництві зумовив широке застосування комплексних напрямів енергозбереження, які базувалися на економному використанні наявної ресурсної бази, оптимальному поєднанні первинних і вторинних енергетичних ресурсів, упровадженні маловідходних або взагалі безвідходних технологій виробництва, а також переходу до споживання відновлюваних енергетичних ресурсів.

Відновлювана енергетика має приналежність до енергетичної галузі національної економіки, що спеціалізується на отриманні та використанні енергії із відновлюваних джерел. У форматі національних енергетичних програм розвинутих країн світу велика увага приділяється саме використанню різних видів відновлюваних джерел енергії; сонячної, вітрової, геотермальної, енергії біомаси тощо. Значні розробки із окресленої проблематики проводяться в країнах світу різного економічного розвитку (табл. 1).

Таблиця 1

**Частка потенціалу застосування відновлюваних енергетичних ресурсів
у структурі енергоспоживання різних країн світу**

Країна	Частка відновлюваних енергоносіїв, %	Країна	Частка відновлюваних енергоносіїв, %
Ісландія	64,5	Австралія	6,3
Норвегія	47,8	Іспанія	5,4
Нова Зеландія	32,3	США	5,3
Швеція	25,0	Італія	4,3
Австрія	22,0	Греція	4,2
Фінляндія	20,9	Японія	3,5
Швейцарія	17,3	Угорщина	3,1
Канада	16,6	Ірландія	1,9
Бразилія	16,5	Люксембург	1,6
Мексика	11,4	Німеччина	1,5
Португалія	9,8	Чехія	1,5
Данія	7,2	Бельгія	1,1
Франція	6,8	Велика Британія	0,7

Джерело: [5, с. 11].

Проте, кожна країна характеризується різним потенціалом застосування відновлюваних джерел енергії у національній енергетиці. Як бачимо, беззаперечними лідерами виступають Ісландія, Норвегія, Нова Зеландія, Швеція, Австрія та Фінляндія, доля потенціалу яких у застосуванні відновлюваних енергетичних ресурсів у структурі енергоспоживання становить більше 20 %.

У Мексиці, Бразилії, Канаді та Швейцарії доля потенціалу варіює від 11,4 до 17,3 %, а в решті країн вона становить менше 10 %. Водночас, країни світу та регіони надають перевагу різним видам відновлюваних джерел енергії, адаптуючи їх промислове використання до місцевих умов. Вони докладають значних зусиль у цій галузі енергетики щодо підвищення енергетичної безпеки й незалежності, розширюють використання власних відновлюваних енергетичних ресурсів, зменшуючи шкідливий вплив традиційної енергетики на довкілля. В розвинутих країнах світу стратегічною метою державної політики вважають екологію, а енергетичну ефективність – засобом для досягнення цієї мети. Вдосконалення світової структури попиту та пропозиції у сфері енергетики потрібно здійснювати шляхом розробки й комплексного впровадження відновлюваних джерел енергії і постійного підвищення ефективності їх використання.

Таким чином при споживанні енергії існує значна кількість альтернативних форм її використання, що зумовлює необхідність розробки раціональних економічно-ефективних та екологічно-технологічних методів промислового генерування відновлюваної енергії для покриття енергетичних потреб. В еволюційному процесі споживання різних видів енергії на зміну твердим енергоносіям приходять рідке й газоподібне паливо та більш гнучкі екологічно чисті енергосистеми. Обмеженість у природі запасів традиційних видів палива визначає їх економічну цінність, а тому відновлювані енергетичні ресурси в найближчій перспективі будуть мати перманентне зростання в структурі споживання енергії.

Протягом останніх десятиліть відмічається стійка тенденція до стабільного зростання частки відновлюваних джерел енергії, щоб здійснювати оптимізацію загальної структури паливно-енергетичного балансу. Високий рівень ефективного споживання енергоносіїв має бути досягнутий на основі постійного стимулювання енергозберігаючих заходів суб'єктами відносин у всіх галузях енергоспоживання на економічно вигідних умовах, досягаючи найвищого ефекту за використання відновлюваних енергоресурсів. Для формування необхідної стратегії модернізації паливно-енергетичного комплексу України потрібно підвищувати ефективність споживання енергії та здійснювати повномасштабне використання відновлюваних джерел енергії, надаючи пріоритетне значення біопаливам. У сучасних умовах стратегія споживання відновлюваних енергетичних ресурсів відзначається єдиним прийнятним напрямом стійкого економічного розвитку нашої держави.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ 2804-94 Енергобаланс промислового підприємства. Загальні положення. Терміни та визначення. Держстандарт України, 1995. 37 с.
2. Климчук О. В. Економічне значення та оптимізація використання енергетичних ресурсів. *Вісник аграрної науки*. 2015. № 6. С. 62-66.
3. Дікарев О. Стратегії освоєння енергетичних ресурсів шельфу світового океану. *Економіка України*. 2010. № 1. С. 60-73.

4. Калетнік Г. М., Климчук О. В. Екологічна енергетика – основа розвитку економіки держави. *Збалансоване природокористування*. Науково-практичний журнал. 2013. № 2-3. С. 14-17.
5. Альтернативна енергетика України: особливості функціонування і перспективи розвитку: Колективна монографія. Г. М. Калетнік, С. Т. Олійнічук, О. П. Скорук, О. В. Климчук та ін. Вінниця: “Едельвейс і К”, 2012. 256 с.

КУЧЕРУК М.В., *магістрант,
спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування»,
Університет економіки та права «КРОК»*

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Основним чинником ефективності системи управління фінансовою безпекою підприємства в умовах невизначеності та зовнішнього нестабільного оточення є кількісні та якісні характеристики її інформаційно-аналітичного забезпечення. Ці характеристики визначають надійність оцінки фінансового стану суб'єкта господарювання, рівня захищеності фінансових інтересів його власників, обґрунтованість прийнятих управлінських рішень щодо протидії загрозам зовнішнього та внутрішнього середовища та стабільного розвитку підприємства.

Питання інформаційно-аналітичного забезпечення управління фінансовою безпекою висвітлюються достатньо слабо й здебільшого в теоретичній площині, а наявні результати наукових досліджень охоплюють практично лише сфери виробничої та будівельної діяльності [1, 2, 3]. Водночас, галузева приналежність суб'єктів господарювання в певній мірі визначає склад та зміст зазначеного забезпечення управління, методику та техніку формування його складових елементів.

Поняття «інформаційно-аналітичне забезпечення управління» є комплексним, а отже потребує системного підходу до його дослідження.

Визначальною ознакою інформаційного забезпечення управління фінансовою безпекою є інформація – сукупність різноманітних даних, що надають певне уявлення про фінансову безпеку та забезпечують виконання стосовно неї управлінських функцій.

У контексті фінансової безпеки під інформаційним забезпеченням управління фінансовою безпекою слід розглядати функціональний комплекс, який забезпечує процес безперервного цілеспрямованого підбору відповідних інформаційних показників, необхідних для здійснення аналізу, планування й прийняття ефективних управлінських рішень за всіма аспектами фінансової безпеки підприємств [1].

Тобто у визначенні змісту категорії «інформаційне забезпечення» науковцями покладений процесний підхід – інформаційне забезпечення як діяльність (сукупність певних дій, управлінських рішень), яка реалізується певними способами та методами, що спрямовані на збирання, реєстрацію, передачу, зберігання, опрацювання, аналіз, поширення та обробку інформації. Така діяльність охоплює надходження, рух та перетворення інформації, методи її зберігання та передавання.

Щодо управління фінансовою безпекою поняття «інформаційне забезпечення управління» можна розглядати як діяльність – сукупність управлінських дій щодо створення надійної інформаційної підтримки розробки та прийняття управлінських рішень у галузі фінансової безпеки підприємства.

Водночас у залежності від об'єкта забезпечення управління поряд з процесним підходом можна виділити ресурсний, у рамках якого інформаційне забезпечення управління розглядається як забезпеченість управління фінансовою безпекою відповідним складом і обсягом інформації.

Другою складовою поняття «інформаційно-аналітичне забезпечення управління фінансовою безпекою підприємства» є аналітичне. Воно має свою сутність, яка повинна розкриватися через взаємозв'язок функцій управлінської діяльності:

- аналіз не може здійснюватися без інформаційного підґрунтя;
- аналіз забезпечує формування власних інформаційних джерел, на базі яких здійснюється безпосередньо розробка, обґрунтування та прийняття рішень щодо регулювання діяльності суб'єкта;
- аналіз обслуговує усі етапи управлінського процесу, зокрема, формування та підготовку надійної інформаційної бази управління фінансовою безпекою.

Аналіз є сполучною ланкою між інформаційними потоками підприємства та управлінськими рішеннями. Він забезпечує кількісну та якісну оцінку змін, що відбуваються у стані фінансових ресурсів, дозволяє вчасно побачити тенденції розвитку загроз, небезпек. На основі різних методик аналізу розробляються варіанти управлінських рішень, які дають змогу керувати фінансовими ризиками та загрозами, створити сприятливі умови для стабільного фінансового розвитку підприємства тощо.

Єдність функцій управління потребує синтезу понять «інформаційне забезпечення» та «аналітичне забезпечення».

Стосовно економічної безпеки підприємства під інформаційно-аналітичним забезпеченням управління слід розуміти сукупність дій, направлених на пошук, збір та упорядкування інформації, що стосується загроз нормальній діяльності господарюючого суб'єкта і ризиків у його роботі, та механізмів її обробки, оцінки, перевірки з метою отримання повних, об'єктивних і достовірних даних для прийняття раціональних управлінських рішень щодо напрямів ефективного забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарської діяльності [4].

Зміст інформаційно-аналітичного забезпечення управління фінансовою безпекою можна розглядати у вузькому та широкому аспектах.

Виходячи з процесного підходу у вузькому розумінні – це процес збору, підготовки, обробки, аналізу та передавання інформації щодо безпечного

(небезпечного) фінансового стану підприємства для прийняття певних управлінських рішень. У широкому розумінні інформаційно-аналітичне забезпечення управління фінансовою безпекою – це процес створення та підтримки інформаційних умов функціонування підсистеми управління фінансами – фінансовою безпекою підприємства.

З точки зору ресурсного підходу, інформаційно-аналітичне забезпечення управління фінансовою безпекою є забезпечення системи управління необхідною інформацією достатньої якості та кількості щодо виникнення потенційних загроз та можливості їх впливу на реалізацію власних інтересів підприємства, методами оцінки такого впливу та системою корегуючих рішень.

Виходячи з двох підходів до визначення змісту категорії «інформаційно-аналітичне забезпечення управління», формується відповідно його мета, яка повинна узгоджуватися з загальною метою управління фінансовою безпекою підприємства – забезпечення належного стану та ефективного використання ресурсів через створення та забезпечення механізму адаптації підприємства до змін зовнішнього та внутрішнього середовища, в якому воно постійно функціонує, протидії загрозам та попередження фінансових ризиків.

Отже, інформаційно-аналітичне забезпечення управління фінансовою безпекою підприємства націлене на задоволення інформаційних потреб управлінського персоналу щодо прийняття оптимальних управлінських рішень з підтримки фінансової безпеки шляхом застосування сучасних інформаційних технологій та методів аналітичної обробки інформації.

Інформаційно-аналітичне забезпечення управління фінансовою безпекою підприємства має свою побудову, яка характеризується елементами та тісними взаємозв'язками між ними.

Складовими інформаційно-аналітичного забезпечення управління фінансовою безпекою підприємства є обліково-аналітичне та інформаційне забезпечення [5, 6].

Обліково-аналітичне забезпечення є стрижневим елементом інформаційно-аналітичного забезпечення управління фінансовою безпекою підприємства і у поширеному розумінні є поєднанням підсистем управління – обліку, аналізу, аудиту/контролю в інтегровану систему управління фінансами, які взаємодіють між собою через інформаційні потоки в процесі формування і передачі оперативної та якісної обліково-аналітичної інформації для забезпечення обґрунтованості та ефективності прийняття управлінських рішень в системі управління фінансовою безпекою підприємства [7].

Список використаних джерел:

1. Мулик Я. І. Обліково-аналітичне забезпечення фінансової безпеки підприємств: дис. канд. екон. наук: 08.00.08 / Вінницький нац. аграрн. ун-т, 2015. 22 с.
2. Олексюк Т. В. Формування стратегії управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Нац. техн. ун-т «Харківський політехнічний інститут». Харків, 2016. 26 с.

3. Сусиденко О. В. Фінансова безпека підприємства. URL: http://pidruchniki.com/2015080265825/finansii/finansova_bezpeka_pidpriemstva
4. Горячківська І. В. Теоретичні підходи до трактування інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання. *Вісник Черкаського ун-у. Серія «Економічні науки»*. 2016. № 1. С. 24-31.
5. Сутність обліково-аналітичного забезпечення. URL: <http://www.d-learn.pu.if.ua/data/users>
6. Обліково-аналітичне забезпечення управління: вимоги сучасності / Г. Сапрун. URL: http://www.rusnauka.com/18_ENXII_2015/Economics/7_195603.doc.htm
7. Обліково-аналітичне забезпечення управління капіталом підприємств торгівлі: теорія та практика: монографія / Л. М. Янчева, Н. Б. Кашена, Г. Л. Чміль. Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2016. 324 с.

ЛОХМАН Н.В., к.е.н., доцент,

зав. кафедри економіки та бізнесу,

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

РОЗВИТОК КАТЕГОРІЇ «ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМСТВО»

Основним елементом інноваційного простору будь-якої економічної системи виступає інноваційне підприємство.

Огляд визначень поняття інноваційного підприємства представлений в таблиці 1. Більша частина авторів (Левченко Ю.Г., Зянько В. В., Нестеров А.К., Данько Т.В., Сметана Ю.О., Нестеров А.К.) вважають, що інноваційне підприємство необхідно розглядати з точки зору результативного підходу; в якості результату різні автори виділили інноваційний продукт, економічну вигоду, отримання доходу, комерційний успіх, інноваційність. Такі автори як Ліманські А., Бояринова К. О., Степанюк І.В., Гуторов О.І., Афоничкіна А.І. пропонують розглядати інноваційне підприємство як процес, який має інноваційний вектор і охоплює окремі етапи створення інновацій. З точки зору функціонального підходу (Кондратова Н.В., Сумина О.Е., Афоничкіна А.І.) інноваційне підприємство визначається як науково-технічна сфера, функції обслуговування науки. Дудар Т.Г., Мельниченко В.В. вважають, що інноваційне підприємство (об'єднання підприємств) – це система. Польський автор А.Н. Jasiński, розглядає інноваційне підприємство з позиції ресурсного підходу.

При аналізі поняття інноваційного підприємства виникли дискусійні питання щодо напрямку та змісту діяльності зазначених підприємств:

1) чи вважається інноваційним підприємством – те, яке на якомусь етапі життєвого циклу реалізувало інноваційну стратегію і забезпечило більш ніж 70 відсотків обсягу інноваційної продукції (у грошовому вимірі) за звітний податковий період;

2) чи вважається інноваційним підприємством – підприємства та організації, які формують інноваційну інфраструктуру (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо).

Якщо розглядати перше питання, то визнання підприємства, яке займається будь-яким видом діяльності (пересічне підприємство), інноваційним - можливо, якщо в рамках його розвитку має місце процес інноватизації, який можна визначити як процес забезпечення умов для активізації інноваційного розвитку, який використовується за умови об'єктивного усвідомлення необхідності комплексних змін в роботі організації, реалізується на засадах системності шляхом сприяння активізації інноваційного потенціалу економічної системи з метою забезпечення збалансованого прогресивного розвитку складових системи і, як наслідок, виведення системи на якісно новий рівень розвитку та отримання ефекту трансформаційно-інноваційного прискорення [3, с. 17].

Що стосується другого питання, то ми вважаємо, що зазначені підприємства можливо віднести до інноваційних підприємств, тому що їх діяльність напряму пов'язана з інноваційною діяльністю, тобто вони забезпечують формування і розвиток інноваційного простору і сприяють реалізації інновацій на пересічному підприємстві, надаючи інноваційні можливості. Тому поняття «інноваційного підприємства» є складним, багатограним та комплексним (рис. 1).

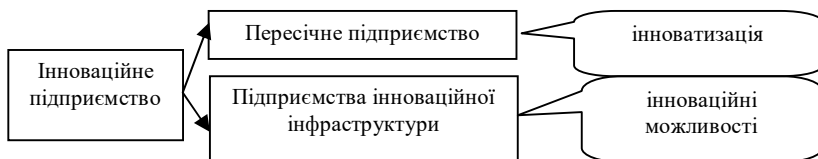


Рис. 1. Дуалізм розуміння поняття «інноваційного підприємства»

Таблиця 1

Підходи до визначення та узагальнення поняття інноваційного підприємства

Підхід	Базис визначення	Визначення інноваційного підприємства	Автор
1	2	3	4
системний	Підприємство / об'єднання підприємств	інноваційний центр (технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо) – це підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 % його загального обсягу продукції і (або) послуг	ст. 16 Закону України «Про інноваційну діяльність» [7]

Продовження табл. 1

1	2	3	4
системний	Підприємство /об'єднання підприємств	підприємство або об'єднання підприємств, що розробляє, виготовляє і реалізує інноваційні продукти або продукцію (послуги), обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 % його загального обсягу продукції	Дудар Т. Г., Мельниченко В. В. [6, с. 237]
результативний	економічна вигода	це організаційно-економічна форма інноваційного підприємництва, яка включає в себе різного роду малі, середні та потужні великі підприємства, діяльність яких спрямована на комерціалізацію використовуваних результатів наукових досліджень і розробок та реалізацію вироблених інноваційних продуктів на ринку	Зянько В. В. [8, с. 198]
	комерційний успіх	є таким, якщо його головною метою є доведення нових ідей, розробок, інновацій до конкретного споживача і досягнення комерційного успіху	Нестеров А.К. [11]
	інноваційність	підприємства, які розробляють нові товари, підприємства, розвиток яких ґрунтується на утриманні високого рівня інноваційності	Данько Т.В., Сметана Ю.О. [5, с.45]
	отримання доходу	є комерційна організація, яка здійснює практичну реалізацію технологій, які містять конфіденційні відомості технічного, економічного, адміністративного, фінансового або іншого характеру, і отримує найбільшу частку доходів від створення і подальшої реалізації інноваційної продукції	Нестеров А.К. [11]
ресурсний	фінансові ресурси	підприємство, орієнтоване на інновації, або інакше, інноваційне підприємство – це таке, яке: здійснює в широкому діапазоні роботи з досліджень і розвитку (або здійснює закупівлі нових продуктів або технологій); виокремлює на таку діяльність порівняно високі фінансові ресурси; систематично впроваджує нові науково-технічні рішення; представляє велику частку новинок; постійно впроваджує інновації на ринок	Jasiński A.H. [12]
процесний	Інновації / конкурентна позиція	нова категорія підприємств, для яких інновації становлять предмет основної діяльності, що спричиняє підсилення їх конкурентної позиції	Ліманські А. [10, с. 556]
	інноваційний вектор	вважається організація, діяльність якої має інноваційний вектор, спрямована на розроблення та впровадження нововведень на базі певної науково-технічної ідеї	Бояринова К. О., Степанюк І. В. [2]

Продовження табл. 1

1	2	3	4
процесний	інновацій-на діяльність	це підприємства (організації), що займаються інноваційною діяльністю, науковими дослідженнями, розробкою та реалізацією інновацій	Гуторов О.І. [4, с. 88]
	інновацій-на діяльність	підприємство, яке спеціалізується на НДДКР, яка спрямована на удосконалення виробів, матеріалів, технологій, форм організації та управління та інших об'єктів	Афоничкина А.И. [1, с. 427]
функціональний	науково-технічна сфера	визначається як суб'єкт малого підприємництва, який здійснює інноваційну діяльність в науково-технічній сфері, в тому числі, розробку і впровадження технічних і технологічних інновацій	Кондратова Н.В., Сумина О.Е. [9, с. 126]
	функції обслуговування науки	підприємство, яке виконує НДДКР, та здійснює функції обслуговування науки та орієнтується на комерційний, науково-технічний, екологічний, соціальний, інтегральний ефекти	Афоничкина А.И. [1, с. 427]

Вважаємо, що усі визначення інноваційного підприємства мають однакові ключові моменти (див. табл. 1): інновації, інноваційна діяльність, інноваційний результат, тому пропонуємо розглядати інноваційне підприємство як підприємство, яке діє на інноваційному ринку, здійснює всю сукупність або окремі елементи інноваційної діяльності з метою отримання комерційного результату та розвитку інноваційного простору.

Список використаних джерел:

- Афоничкина А. И. Основы менеджмента. СПб.: Питер, 2007. 528 с.
- Бояринова К. О., Степанюк І. В. Венчурне фінансування малих інноваційних підприємств. *Ефективна економіка*. 2012. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1549>
- Галюк І. Б. Теоретичні аспекти інноватизації як об'єктивного процесу розвитку економічних систем. *Економічний вісник ІГУ*. 2012. № 3. С. 12-17.
- Гуторов О. І., Михайлова Л. І., Шарко І. О., Турчина С. Г., Киричок О. В. Управління інноваціями: навч. посібник. Харків: «Діса плюс». 2016. 266 с.
- Данько Т. В. Підприємницький підхід до розробки інноваційного товару. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. НТУ «ХПІ». 2012. № 11. С. 40-47.
- Дудар Т. Г., Мельниченко В. В. Інноваційний менеджмент. Тернопіль. Економічна думка. 2008. 250 с.
- Закон України Про інноваційну діяльність від 04.07.2002 р. № 40-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
- Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. Монографія. Вінниця: Універсум – Вінниця. 2008. 397 с.

9. Кондратова Н. В., Сумина О. Е. Мвлые инновационные предприятия: ключевой ресурс. *Социально-экономические явления и процессы*. 2014. Т. 9. № 8. С. 125-131.
10. Ліманські А. Управління інноваційним підприємством. *Катовіце: Вища школа маркетингового управління і іноземних мов*. 2008. С. 556-560.
11. Нестеров А. К. Інноваційне підприємство. *Освітня енциклопедія* ODiplom.ru. URL: <http://xku.qqg.in.ua/articles/innovacijne-pidpriemstvo.html>
12. Jasiński A. H. Przedsiębiorstwo innowacyjne na rynku. Książka i Wiedza, Warszawa. 1992.

МАКЕДОН В.В., к.е.н., доцент,
*доцент кафедри міжнародної економіки і світових фінансів,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

СТРАТЕГІЇ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТНК У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Стрижень стратегічного управління ТНК складає процес розробки і реалізації корпоративної стратегії. Щоб розробити стратегію розвитку компанії на деяку перспективу, необхідно заздалегідь провести управлінську діагностику. Управлінська діагностика об'єднує комплекс аналітичних робіт, серед яких основними є роботи по структурному, маркетинговому, фінансово-економічному аналізу, а також аналізу людських ресурсів, корпоративної культури і зовнішнього середовища.

У теперішній час існує безліч визначень стратегії, але всіх їх об'єднує розуміння стратегії як усвідомленій і продуманій сукупності норм і правил, лежачих в основі вироблення і ухвалення стратегічних рішень, що впливають на майбутній стан компанії, як засоби зв'язку із зовнішнім середовищем.

Стратегія трактується як «детальний всесторонній комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії компанії і досягнення її мети». З таким визначенням навряд чи можна погодитися, оскільки стратегія і перспективний план (тим більше «детальний») – різні речі. Так Майер Д. в своїй роботі [1] точніше підійшов до розкриття цього поняття, розглядаючи стратегію як узагальнену модель дій, необхідних для досягнення поставленої мети і розподілу ресурсів компанії. Крім того стратегія трактується як генеральна програма дій, що виявляє пріоритети проблем і ресурси для досягнення основної мети. Вона формулює головні цілі і основні шляхи їх досягнення таким чином, що підприємство отримує єдиний напрям руху.

Поняття стратегії міцно увійшло до лексику сучасної теорії менеджменту. Загальна або корпоративна стратегія задає єдиний курс виробничо-господарської діяльності компанії і виявляється в довгострокових програмах, середньо- і короткострокових планах, і, кінцею кінцем, в оперативних ухвалюваних управлінських рішеннях. Необхідність освоювати принципи і методи стратегічного управління (стратегічного менеджменту) вітчизняні

компанії відчули вже на початкових етапах перехідного періоду, коли нестабільності зовнішнього середовища, що наступила, треба було протиставити послідовність і прогнозованість своєї поведінки.

Стратегічне управління треба відрізнити від стратегічного планування, хоча ці поняття досить близькі. Недостатність стратегічного планування вже випробували багато компаній Заходу, коли на початку 70-х рр. XX ст. економічна обстановка в промислово розвинених країнах погіршалася. Стратегічні плани і прогнози компаній виявлялися дуже оптимістичними і не відповідали фактичним підсумкам роботи, тому що розробники планів виходили з простої тези, що «майбутнє завжди краще, ніж сьогодні». З 90-х рр. XX ст. більшість компаній по всьому світу почали переходити від стратегічного планування до стратегічного управління [2].

Стратегічне управління визначається як комплекс не тільки стратегічних управлінських рішень, які формують довготривалий розвиток компанії, але і конкретних дій, що забезпечують швидке реагування компанії на зміну зовнішньої кон'юнктури, яка може спричинити необхідність стратегічного маневру, перегляд цілей і коректування загального напрямку розвитку. Стратегічне управління на відміну від стратегічного планування є дієвою орієнтованою системою, яка не замикається розробкою стратегії, але і розглядає процес реалізації стратегії, а також оцінку і контроль. Серцевину стратегічного управління складає процес розробки і реалізації корпоративної стратегії. Алгоритм цього процесу представлений на рис. 1.

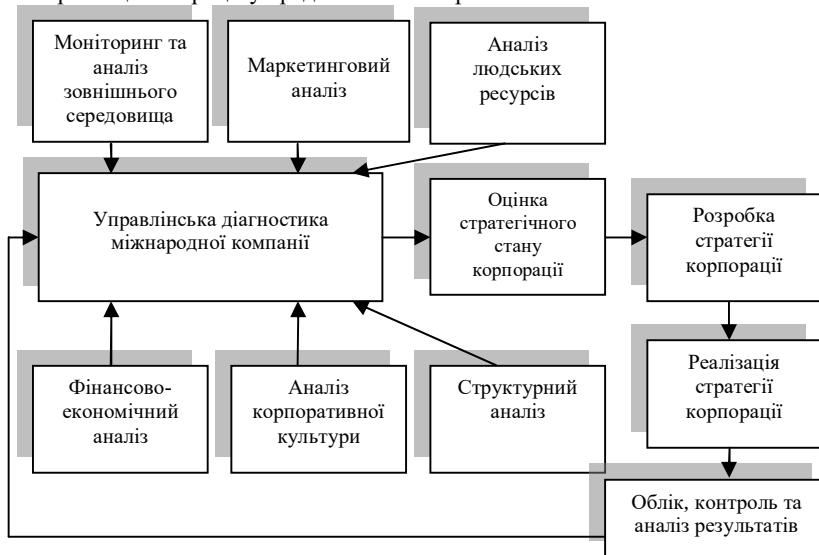


Рис. 1. Алгоритм розробки та здійснення корпоративної стратегії ТНК

Щоб сформулювати стратегію розвитку корпорації на деяку перспективу, необхідно заздалегідь провести управлінську діагностику. Управлінська діагностика об'єднує комплекс аналітичних робіт, серед яких основними є роботи по структурному, маркетинговому, фінансово-економічному аналізу, а також аналізу людських ресурсів, корпоративної культури і зовнішнього середовища.

Маркетинговий аналіз направлений на вивчення стратегічних зон господарювання, в результаті якого отримують ясне уявлення про те, що проводить корпорація, що вона ще може проводити, яка його виробнича потужність, що може бути продана на ринку і за якою ціною. В ході аналізу встановлюють позиції корпорації на ринку, досліджують стан галузі і оцінюють конкурентну силу компанії [4].

Загальна стратегія ТНК найтіснішим чином пов'язана з асортиментною стратегією і ціною стратегією. Щоб зростати, міжнародна компанія повинна змінювати асортимент у межах світового товарного ринку. При виборі асортименту продукції повинні враховуватися можливості зростання шляхом вибору виробів, що мають стійкий попит або що мають значний потенціал розширення випуску і високою конкурентоспроможністю, а також виробів, технологічно однорідних.

У теорії стратегічного менеджменту наводяться різні класифікації корпоративних стратегій залежно від їх загального змісту і спрямованості. Так, розрізняють чотири типи стратегій [3]:

1) Стратегія концентрованого зростання, при якій ставляться завдання підсилити позиції на ринку, розвинути ємкість ринку в товарах, що випускаються, і розширити виробництво при практично незмінному асортименті.

2) Стратегія інтегрованого зростання, в якій акцент в розвитку робиться на розширення корпорації за рахунок додавання нових структур (приєднання, злиття, об'єднання) як у вигляді зворотної вертикальної інтеграції, так і у вигляді вертикальної інтеграції вперед.

3) Стратегія диверсифікованого зростання, при якій може здійснюватися центрована, горизонтальна або конгломеративна диверсифікація. При цьому корпорація далі не може розвиватися, продовжуючи випускати стару продукцію, їй потрібно освоїти нову продукцію і зайняти нові ніші на світовому ринку.

4) Стратегія скорочення, при якій можуть стояти завдання: ліквідації, «збору врожаю», скорочення в розмірах виробництва з різних причин і відповідно скорочення витрати ресурсів.

Реальні стратегії, які кожного разу обирають корпорації, можуть не укладатися в класичні схеми перерахованих стратегій або комбінуватися з них. Наприклад, багато вітчизняних компаній в умовах перехідного періоду при загальній нестійкості зовнішнього середовища дотримуються стратегії виживання або збереження. В даний час можна виділити три типи стратегії збереження: стратегія пасивного збереження, стратегія активного збереження і стратегія активного збереження з елементами розвитку.

Якщо в період загальної економічної кризи компанії в основному дотримувалися стратегії пасивного збереження, то у міру поживлення економіки вони все більше переходять до стратегії активного збереження, а потім і до стратегії активного збереження з елементами розвитку. Так, в даний час переважаючим є третій тип стратегії.

Таким чином, розроблена на майбутній період стратегія комбінує в собі стратегії інтегрованого і диверсифікованого зростання. Як напрями диверсифікації може бути сформульоване освоєння ніш, близьких до основної продукції.

Список використаних джерел:

1. Майер Джеральд М., Олесевич Даніел Міжнародне середовище бізнесу: конкуренція та регулювання у глобальній економіці /пер с англ. Даніела Олесевич. К.: Либідь, 2002. 703 с.
2. Dunning J. The Globalization of Business. London: Routledge, 2011. 463 p.
3. Institute of Mergers, Acquisitions and Alliances. URL: http://www.imaa-institute.org/statistics-mergers-acquisitions.html#TopMergersAcquisitions_Worldwide
4. McKinsey Quarterly is the business journal of McKinsey & Company. Corporate finance. URL: http://www.mckinseyquarterly.com/Corporate_Finance/M_A

МИХАЛЬЧИШИНА Л.Г., к.е.н., доцент,
доцент кафедри глобальної економіки,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ТОМЧУК О.Ф., к.е.н., доцент,
доцент кафедри аналізу та статистики,
Вінницький національний аграрний університет

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

Аграрний сектор економіки України є одним з найважливіших секторів економіки країни, має значний потенціал розвитку, однак управлінські процеси у ньому потребують удосконалення, зокрема в частині якісного інформаційного забезпечення системи менеджменту. На думку багатьох фахівців, покращення інформаційного забезпечення може відігравати вирішальну роль для забезпечення високої ефективності функціонування аграрного сектору економіки.

Достовірна та якісна інформація позитивно впливає на результати господарювання, знижує ризики та підвищує довіру між учасниками ринку, підвищує ефективність та результативність державної аграрної політики. Вибір

ефективних управлінських механізмів є пріоритетним на сучасному етапі реформування аграрного сектору економіки України, оскільки за їх рахунок стимулюється виробництво та реалізація сільськогосподарської продукції.

Наявність ефективної системи інформаційного забезпечення органів управління про фінансово-майновий стан, умови і результати діяльності сільськогосподарських підприємств як первинної ланки аграрного виробництва має велике значення для супроводження процесу реалізації загальнодержавної та регіональної аграрної політики, підтримання продовольчої безпеки, ефективного виконання функцій управління у сфері сільського господарства [1, с. 1].

Основний масив інформації для управління надає менеджменту бухгалтерський облік. На думку Н. Семенишиної, важливість бухгалтерського обліку обґрунтовується його місцем і роллю як пріоритетної функції управління, зростанням цінності бухгалтерської інформації в забезпеченні як конкурентоспроможності підприємств, так і національної безпеки в умовах глобалізації. Фактично облік є основою «піраміди» економічної системи. Тому настійно потрібна зміна наукових підходів до дослідження обліку і розуміння самого явища інформації обліку в управлінні [2]. Як зазначає В. Жук, «зараз до бухгалтерського обліку доведені регламентовані запити на інформацію з його частини під назвою фінансовий облік. Інша частина (під назвою управлінський облік) ведеться на запити власника, менеджера і не є регламентованою» [3].

Проблема у загальному вигляді полягає в тому, що існуючі паралельно види обліку (фінансовий, податковий і статистичний) та відповідні форми звітності не формують якісно однорідну інформацію для управління діяльністю сільськогосподарського підприємства. Мова йде, насамперед, про відмінність інформації у цих джерелах, необхідної для якісного поточного і стратегічного управління сільськогосподарським виробництвом, що викликано наявністю проблем у системі формування економічної інформації щодо окремих сторін діяльності аграрних підприємств.

На нашу думку, необхідно максимально привести у відповідність систему показників (наприклад, доходів, витрат, амортизації), що формуються у окремих формах фінансової, податкової та статистичної звітності, забезпечивши таким чином стандартизований та уніфікований підхід як до розрахунку їх величини, так і до розрахунку системи оціночних показників ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств.

Актуальною є розробка і впровадження удосконалених інформаційних систем управління в аграрному секторі економіки, формування баз даних управлінської інформації, що дасть змогу суб'єктам господарювання в аграрному секторі отримувати достовірну, актуальну інформацію. Підтримуємо тезу про те, що сучасні інформаційні системи аграрного менеджменту мають відповідати наступним вимогам: бути функціонально повними; мати модульну структуру; підтримувати цілісність системи; забезпечувати захист інформації; бути економічними.

Список використаних джерел:

1. Мервенецька В. Ф. Звітність у системі інформаційного забезпечення управління діяльністю сільськогосподарських підприємств: автореферат дис. канд. екон. наук. К., 2011. 22 с.
2. Семенишина Н. Бухгалтерський облік в системі наукового забезпечення управління у сільському господарстві. URL: http://econf.at.ua/publ/konferencija_2016_10_20_21/sekcija_5_ekonomichni_nauki/bukhgalterskij_oblik_v_sistemi_naukovogo_zabezpechennja_upravlinnja_u_sil'skomu_gospodarstvi/54-1-0-1317.
3. Жук В. М. До проблеми облікового забезпечення управління аграрним сектором економіки. *Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету*. 2008. Випуск 16, том 3. С. 478-482.

МОРОЗОВ Є.Ю.*, аспірант,
Київський університет ринкових відносин

СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасне підприємство являє собою відкриту динамічну систему, яка постійно взаємодіє з різними елементами зовнішнього середовища (іншими організаціями, банками, місцевими органами влади) і прагне до стійкості. При цьому зміни і вплив факторів зовнішнього середовища змушують його постійно адаптуватися до нових умов функціонування.

Виділяють активну й пасивну адаптацію. Активна – являє собою реалізацію плану розвитку, завдання у процесі його розробки. Чим більше різних можливих першопричин відхилення від плану було враховано в процесі планування, тим більше можливостей для адаптації. Таким чином, основні дії щодо активної адаптації виконуються в процесі оперативного управління керівниками бізнес-процесів. До таких керівників можуть належати як начальники підрозділів, так і інші особи, які приймають рішення щодо окремих бізнес-процесів.

Пасивна адаптація припускає розробку елементів стратегічних планів розвитку відповідно до завдань, одержаних від вищих підсистем. Сучасну методологію стратегічного управління використовують як ключовий підхід для вирішення завдання з адаптації підприємства [2, с. 14].

Під антикризовим управлінням розуміють або управління в умовах кризи, або управління, спрямоване на виведення підприємства з кризового стану, в якому воно знаходиться.

Етапи розробки антикризової стратегії підприємства [1, с. 50]:

- 1) дослідження та діагностика кризових чинників;

* Науковий керівник – Сова О.Ю., к.е.н.

- 2) встановлення типу кризових явищ, виявлення суперечностей у розвитку підприємства та можливостей їх подолання;
- 3) визначення вимог до змін на підприємстві з боку зовнішнього середовища;
- 4) визначення вимог до змін на підприємстві з боку внутрішнього середовища;
- 5) дослідження, експерименти, моделювання, проведення розрахунків щодо різних напрямків підвищення ефективності та дієвості системи антикризового управління;
- 6) розробка стратегії розвитку окремих функціональних сфер (з урахуванням антикризової складової);
- 7) розробка антикризової стратегії підприємства;
- 8) розробка антикризових планів і програм щодо розвитку (ліквідації) підприємства (або його частин).

Антикризове управління діяльністю суб'єктів господарювання має суттєве значення в сучасних економічних умовах розвитку підприємницьких структур, так як забезпечує ефективну діяльність на основі передбачення та своєчасного реагування на негативні ситуації.

Використання стратегічного антикризового управління в сучасних умовах дає можливість враховувати ті фактори внутрішнього й зовнішнього середовища, які чинять на підприємство найбільший вплив, заздалегідь діагностувати можливість настання кризової ситуації та формувати антикризову стратегію як інструмент подальшого виживання й розвитку.

На практиці існують різні підходи щодо реагування на зміни факторів зовнішнього середовища: вжиття управлінських заходів після проведення аналізу; розширення сфер діяльності або диверсифікація виробництва як засобу можливого зменшення комерційного ризику при зміні факторів зовнішнього середовища; вдосконалення існуючої структури управління для підвищення його гнучкості; стратегічне управління.

У будь-якому випадку підприємство повинне зібрати стратегічну інформацію про зовнішнє і внутрішнє середовище, яке побудоване на неформальних та індивідуальних засадах. Основними суб'єктами, які надають таку інформацію, можуть бути органи влади, постачальники, посередники, покупці, аудиторські фірми, банки. Для формування стратегії необхідний достатній обсяг інформації, що містить відомості як про внутрішнє, так і зовнішнє середовище підприємства.

Оцінка стратегічного стану підприємства передбачає також здійснення SWOT-аналізу, який полягає в оцінці слабких і сильних сторін підприємства. В основі конкурентоспроможності підприємства має лежати проведення стратегічного аналізу витрат через співвідношення цін і витрат підприємства з цінами і витратами конкурентів.

Основні функціональні сфери антикризового управління у системі управління підприємством [3]:

– інформаційно-аналітична – забезпечення своєчасною, повною і достовірною інформацією на усіх етапах прийняття рішень щодо подолання кризи, а також у передкризовий та післякризовий період;

– планова, яка є оформленням прийняття рішень – підготовка, оцінка і вибір варіантів антикризової програми, керування відповідними фінансовими і матеріальними ресурсами та фондами;

– організаційна – координація діяльності працівників антикризової підсистеми та інших співробітників, у яких передбачено здійснення антикризової діяльності, залучення персоналу та зовнішніх консультантів до реалізації ситуаційних планів, а також антикризової програми;

– соціально-психологічна – створення сприятливої атмосфери для праці в умовах високого інформаційно-емоційного перевантаження та вирішення конфліктних ситуацій.

Антикризове фінансове управління має бути невід’ємним складником управління сучасним підприємством і становити систему заходів, спрямованих не тільки на вихід підприємства з фінансової кризи, але й на запобігання виникненню такої ситуації [4, с. 415].

Особлива увага повинна приділяється організації та вдосконаленню всіх аспектів антикризового управління. Це впровадження базових принципів та методів управління саме в кризових ситуаціях, проведення комплексу заходів щодо забезпечення їх стабільного функціонування, удосконалення кадрового управління для попередження та відновлення неплатоспроможності підприємств.

Список використаних джерел:

1. Войтоловский Н. В., Рябов С. Б. Управление стратегическим развитием кризисного предприятия. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. 111 с.
2. Гаврилко Т. О., Лабунський Д. О. Управління діяльністю підприємства в умовах кризи. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*, 2010. № 26. С. 12-19.
3. Есенберлина Д. И., Переплетова А. А. Антикризисное управление предприятием: цели и содержание. URL: http://www.rusnauka.com/6_NITSB_2010/Economics/59711.doc.htm
4. Косарева І. П., Сало А. В. Характеристика сутності та поняття антикризового фінансового управління. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2018. № 22. С. 412-417.

ОРЛОВА Н.С., *д. держ. упр., професор,
професор кафедри публічного управління та адміністрування,
Київський національний торговельно-економічний університет*

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій дає змогу реалізувати принципи відкритості і прозорості шляхом впровадження системи електронного урядування, яке можна розглядати як інструмент забезпечення підконтрольності влади та розвитку комунікацій між різними учасниками демократичного політичного процесу, як засіб підвищення активності громадян, їхньої політичної культури, як форму реалізації права громадян на повну і об'єктивну інформацію. Е-урядування є важливим для підвищення рівня конкурентоспроможності країни та інвестиційної привабливості, необхідною передумовою для ефективного державного управління в сучасних умовах.

Створення системи урядування, здатної до проведення системних реформ в країні, з дотриманням принципів демократії, верховенства права, захисту прав людини та принципів гендерної рівності, інклюзивності та спільної участі є однією з базових передумов успіху уряду. Ситуація, що склалася у сфері публічного управління, свідчить про їх неефективність, непрозорість та закритість для фізичних і юридичних осіб в більшості країн Європейського Союзу (ЄС). Розвиток інформаційного суспільства в країнах ЄС та впровадження новітніх ІКТ у сфері суспільного життя і в діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування визначається ефективним функціонуванням електронного урядування в країні. У зв'язку з цим необхідно реалізувати таку державну політику, яка б забезпечила розвиток електронного урядування, здатна була виробляти і надавати якісні публічні послуги громадянам та повністю відповідатиме європейським стандартам публічного адміністрування.

В міжнародній практиці використовується більше двадцяти композитних індексів та індикатори для оцінки е-урядування, але найбільш вживаними вважаються наступні: Information society index, Networked Readiness Index, Online Service Index, E-Government Development Index, ICT Development Index, E-Participation Index, Global Cybersecurity Index [1].

В Україні не сформована єдина інфраструктура міжвідомчого обміну даними в електронній формі. Відомості в діючих державних інформаційно-аналітичних системах недоступні іншим органам державної влади для оперативного використання. Використання не документованих форматів даних, протоколів обміну, інших закритих інформаційних технологій і відсутність єдиних класифікаторів, довідників і схем даних обмежують можливість застосування автоматизованих засобів пошуку та аналітичної обробки інформації. Відсутня єдина система планування і моніторингу ефективності реалізації державних програм і проектів, а також доступ до цієї інформації громадян.

Вирішення зазначених проблем шляхом розробки напрямів впровадження електронного врядування в Україні забезпечить відкритість та прозорість діяльності органів влади; підвищить якість надання адміністративних послуг; забезпечить доступ громадян до інформації органів влади за допомогою сучасних інформаційних технологій; розвиток підприємництва та інвестицій, підвищить рівень демократизації суспільства.

Аналіз виконання Стратегії реформування державного управління України на 2016-2020 роки дозволив виділити основні напрямки реформування для впровадження електронного врядування в Україні:

побудова ефективних структур та впровадження сучасних процедур в центральних органах виконавчої влади, зокрема: впровадження процесу реструктуризації міністерств, сучасних практик та інструментів формування державних політик;

впровадження сучасних методів управління персоналом у державній службі, зокрема: оптимізація процедури набору персоналу на державну службу; впровадження інформаційної системи з управління персоналом та електронний кабінет держслужбовця; запровадження процедури оцінювання результатів роботи державних службовців за чіткими показниками ефективності;

реалізація інструментів електронного урядування, зокрема: впровадження системи електронної взаємодії органів державної влади та продовжується впровадження систем електронного документообігу; оптимізація надання державних електронних послуг [2].

Сучасні умови розвитку системи надання адміністративних послуг в Україні характеризуються наближенням системи державного управління до стандартів ЄС, тому є необхідність реформування системи державної служби та служби в органах місцевого самоврядування відповідно до європейських стандартів, де механізм надання публічних послуг становить основу функціонування влади в демократичному суспільстві.

Основними проблемами системи надання адміністративних послуг є: відсутність упорядкованих базових принципів і гарантій захисту прав громадян і юридичних осіб у рамках адміністративної процедури (відсутність закону про адміністративні процедури); необхідність подальшого розвитку центрів надання адміністративних послуг; надмірне адміністративне навантаження на громадян і юридичних осіб; низький рівень якості роботи базових електронних реєстрів; відсутність прийнятного технічного рішення для забезпечення функціональної сумісності систем органів державної влади, неналежна якість електронних послуг для громадян і юридичних осіб.

Підвищенню якості процесів надання адміністративних послуг сприятиме визначення критеріїв оцінки їх якості та стандартів надання. Такими критеріями є результативність; своєчасність; доступність, зручність; можливість вибору способу звернення по адміністративну послугу, зокрема поштою, електронною поштою тощо; запровадження принципу «єдиного вікна»; установлення адміністративним органом графіка приймання фізичних та юридичних осіб з урахуванням їх інтересів; удосконалення порядку оплати адміністративної послуги; відкритість; повага до особи; професійність [3].

Таким чином, в органах державної влади є достатні передумови для переходу до методів електронного управління або високий рівень електронної готовності. Найбільшими пріоритетами є залучення населення до методів електронного урядування, стимулювання електронної демократії, які, в свою чергу, вимагають запровадження надання адміністративних електронних послуг населенню та бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Orlova, N. S. (2012) 'E-government as a basis for economic development in Ukraine', *Ecoforum*. [Online], [Retrieved January 21, 2018], <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/11>
2. Реформа державного управління / Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/diyalnist/reformi/reforma-derzhavnogo-upravlinnya>
3. Про адміністративні послуги: Закон України від 6.12.2012 р. № 5203-VI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5203-17>

ПЕТРЕНКО М.А., *магістрант,
спеціальність «Фінансово-економічна безпека»,
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»*

ФІНАНSOVA КРИЗА НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА ЇЇ СИМПТОМИ

На даний час фінансова сфера України і економіка в цілому ознаменовані неоднозначністю і невизначеністю тенденцій розвитку. Основним джерелом нестабільності є політично-економічні події в країні. На сьогоднішній день існує проблема створення, визначення та застосування таких організаційних, методологічних методів і технологій, які могли б забезпечити не тільки вихід з кризи, але й фінансове оздоровлення та подальше процвітання.

В Україні за останні роки спостерігається тенденція до збільшення неплатоспроможних підприємств, яка в свою чергу приводить до збитків не тільки їх акціонерів, кредиторів, партнерів, споживачів, але й спричиняє зменшення податкових надходжень у бюджет. Банкрутство підприємства є наслідком глибокої фінансової кризи, у якій перебуває не тільки підприємство, а й економіка країни в цілому.

Фінансова криза – це позаплановий процес обмеженої діяльності і обмежених можливостей впливу на фінансові відносини з непередбачуваними результатами, який загрожує подальшому розвитку і існуванню підприємства. На практиці з кризою, як правило, ідентифікується загроза неплатоспроможності і банкрутства підприємства, його діяльність у безприбутковій зоні або відсутність потенціалу для успішного функціонування [1, с. 7].

Симптом кризи – це первісний зовнішній прояв кризових явищ. Симптоми проявляються в значеннях показників і тенденціях їхніх змін, що характеризують стан підприємства. До таких показників належать: сума

прибутку, величина витрат, рентабельність, фондовіддача, фондоозбросність, продуктивність праці, плинність кадрів та інші [1, с. 9].

Ранні ознаки фінансової кризи на підприємстві можна представити у 2 блоках (рис. 1).



Рис. 1. Ранні ознаки кризи

Джерело: Згруповано автором на основі даних [2].

Якщо розглядати блок перший, то у цьому змісті показовими є реорганізації підприємства (організаційні, структурні, відкриття або закриття підрозділів підприємства, філій, дочірніх фірм, їхнє злиття), часта й необґрунтована зміна постачальників, вихід на нові ринки, ризикована закупівля сировини й матеріалів та інші зміни в стратегії підприємства. Іншою ознакою, на яку слід звернути увагу, також контрольованою кредиторами, є зміна в структурі управління.

У другому блоці предметом ретельного спостереження є:

а) затримки з наданням бухгалтерської звітності і її низька якість, що може свідчити або про свідомі дії, або про низький рівень кваліфікації персоналу. У всякому разі, і те й інше може говорити фахівцеві про неефективність фінансового управління;

б) зміни в статтях бухгалтерського балансу в частині пасивів і активів та порушення певної їхньої пропорційності;

в) збільшення або зменшення матеріальних запасів, що може свідчити або про незацікавленість, або про нездатність підприємства виконувати свої зобов'язання з постачання;

г) збільшення заборгованості підприємства постачальникам і кредиторам;

д) зменшення доходів підприємства й падіння прибутковості фірми, знецінювання акцій підприємства, установлення підприємством нереальних (високих або низьких) цін на свою продукцію та інше.

Ознаками, що насторожують, є також позачергові перевірки підприємства, обмеження комерційної діяльності підприємства органами влади, скасування й вилучення ліцензій і т. д.

Установити всі можливі варіанти сигналів практично неможливо, оскільки різноманіття обставин, що формують стан зовнішнього й внутрішнього середовища підприємства, урахувати не можна.

Причини фінансової кризи можуть носити різноманітний характер, наприклад: загальний економічний спад ринку, відсутність стратегії розвитку підприємства, непродуктивна робота працівників або підприємства, тощо. Всі фактори, які спричиняють фінансову кризу, можна розділити на зовнішні та внутрішні. Для того, щоби зрозуміти справжні причини фінансової кризи на підприємстві, внутрішні фактори треба розглядати більш детально, це дозволить розробити оптимальну програму дій щодо виходу з кризи для конкретної ситуації.

Будь-яка причина фінансової кризи викликає реальну кризу через відповідний економічний механізм. Цей механізм являє собою причинно-наслідковий зв'язки між економічними змінними, які виникають одна за одною, і закінчуються кризою. Кожна причина здебільшого задіює певний специфічний економічний механізм.

Діагностика кризи, яка спіткала підприємство є узагальненням усіх складових економічної стратегії. Головним завданням є визначення можливостей підприємства в умовах кризи, запобігання банкрутства підприємства та визначення заходів для її усунення. Особливим значенням для компаній, які знаходяться в кризовому стані є формування напрямів управління в даних умовах.

Підприємствам, з метою забезпечення власної економічної стабільності, як запоруки подальшого успішного функціонування, доцільно приділяти достатньо уваги прогнозуванню можливих загроз, діагностиці криз і кризових явищ та застосуванню системи раннього попереджування та реагування.

Встановлення причин кризи з урахуванням фази розвитку підприємства дозволяє вибрати найбільш доцільні заходи реагування на неї, а отже, не лише подолати складний період, не втративши свій потенціал, а й використати цей час для запровадження позитивних змін, впровадження інновацій, розширення виробництва, укріплення ринкових позицій. Основним завданням антикризового регулювання є стимулювання посилення впливу позитивних і ослаблення негативних факторів.

Список використаних джерел:

1. Антикризове фінансове управління підприємством: навчальний посібник / Н. Ю. Рекова, Г. В. Тельнова, Н. Л. Сапельникова. Донецьк: ДонДУУ, 2013.
2. Хоржан О. О. Антикризовий фінансовий менеджмент. К., 2014.

ПИВОВАРОВА Г.Б.*,*аспірант кафедри обліку та оподаткування
Дніпропетровський національний університет
залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна*

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ РИЗИКАМИ НА ПАТ «УКРАЗАЛІЗНИЦЯ» В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Перехід українських підприємств від пострадянських економічних відносин до ринкових, додав ще одну ланку в управлінні підприємствами – ризик-менеджери. Але тільки сьогодні, коли традиційні методи менеджменту (які орієнтовані на стабільну економічну ситуацію) не в змозі реалізувати заплановані цілі, ми можемо побачити необхідність в професійному управлінні економічними ризиками на підприємстві, яке б приводило до стійкого росту та розвитку компанії.

В сучасних умовах будь-яка діяльність стикається з різного роду ризиками. А так як метою кожного підприємства – є отримання прибутку, то одним з найголовніших ризиків компанії являється економічний ризик.

Акціонерне товариство «Українська залізниця» - національний перевізник вантажів та пасажирів. Метою діяльності товариства є задоволення потреб у безпечних та якісних залізничних перевезеннях, забезпечення ефективного функціонування та розвитку залізничного транспорту, створення умов для підвищення конкурентоспроможності галузі. В даний час спостерігається істотний вплив ризиків на його діяльність.

Ризик підприємства, діяльністю якого є перевезення – це неможливість транспортної компанії уникнути чи зменшити небезпеку для своєї діяльності, зменшив невизначеність у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Він визначається як відношення від'ємного та позитивного результатів, отриманих від впровадження управлінського рішення. Коли значення невизначеності має низький рівень, ризик від'ємного значення несуттєво збільшується. Суттєве його підвищення спостерігається при середньому і високому рівні невизначеності. Позитивного результату діяльності неможливо очікувати, якщо рівень невизначеності має надвисоке значення.

Потрібно передбачити економічний ризик, прагнучи знизити до більш низького рівня збиток від нього, вибрати адекватні методи управління ризиком. При підготовці рішень, спрямованих на мінімізацію збитків від економічного ризику, менеджмент змушений враховувати безліч різних внутрішніх і зовнішніх факторів середовища, в якому функціонує транспортне підприємство.

Вплив зовнішнього середовища на показники діяльності підприємства в сучасних умовах ведення бізнесу, що характеризується високою мірою

* Науковий керівник – Бобиль Володимир Володимирович, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри обліку і оподаткування, Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна.

невизначеності, обумовлює застосування стратегічного підходу до управління економічним ризиком. На жаль, Укрзалізниця сьогодні ще не може використовувати багато прогресивних методів управління економічним ризиком, які доступні подібним підприємствам в країнах з розвинутою економікою.

В умовах динамічного зовнішнього середовища і високої диверсифікації діяльності підприємства управлінські рішення можуть вважатися обґрунтованими, коли вони приймаються з урахуванням факторів ризику та обмежень, що накладаються ринковою ситуацією.

Для зовнішнього середовища характерним є різноманітність умов (економічних, технологічних, природно-кліматичних, соціальних та ін.) і їх взаємодія, зміни кількості і якості. Для оптимального вибору методів управління економічними ризиками розробляються декілька альтернативних рішень [1].

Всі наявні в економіці фактори ризику впливають на фінансовий результат діяльності Укрзалізниці. Вона, як і інші підприємства працюють в умовах неповноти інформації і невизначеності протікання економічних процесів. Менеджменту доводиться часто приймати дуже важливі рішення в складних і непередбачуваних обставинах, коли бракує і необхідної інформації, і часу. Головним економічним ризиком АТ «Укрзалізниця» - є ризик зменшення вантажних перевезень.

Далеко не завжди можна цілком безперечно передбачати можливі зміни зовнішніх чинників, їх напрями і масштаби. Треба також враховувати, що підприємство найчастіше не має можливості отримувати усю необхідну інформацію про ситуацію в зовнішньому середовищі. Крім того, менеджмент компанії не може бути повністю упевнений в якості отриманої інформації [2].

Невизначеність змін у політиці, економіці, фінансах, в якій працює Укрзалізниця, динамічність її функціонування і розвитку змушують підприємство брати на себе ризики. Чим вище невизначеність у зовнішньому середовищі, тим вищий ступінь ризику.

Якщо є невизначеність у зовнішньому середовищі, то з'являються труднощі з вибором найкращого рішення, оскільки не завжди є повна та правдива інформація. Тобто невизначеність задається неповною та неправдивою інформацією, прецедентом, протидією і найчастіше, коли виникають нові події, по яким важко отримати необхідну точну інформацію. Тоді рішення приймають виходячи з існуючої інформації. Чим більше правдивої і конкретизованої інформації, яка є в наявності, тим легше розробити план поведінки компанії при настанні ризикових ситуацій. За таких умов, розробляються декілька методів та обґрунтування рішень для зменшення збитку підприємства, до яких призводить економічний ризик [3]. До факторів зниження економічного ризику на Укрзалізниці відносять: підтримка гнучкості в інвестиційній програмі, заходи щодо зниження витрат та збільшення продуктивності праці для забезпечення росту показників рентабельності, диверсифікація парку у відповідності до потреб клієнтів для підвищення диверсифікації споживачів послуг [4].

У ході реалізації нових прогресивних проєктів на Укрзалізниці існує вірогідність виникнення непередбаченої ситуації або події, яка ускладнить точність виконання проєкту і отримання очікуваного результату. Також слід зауважити, що кваліфіковані спеціалісти з управління ризиками, впровадження сучасних систем зв'язку, інформаційних технологій, новітні механізми обміну корпоративною інформацією на залізниці тільки недавно почали впроваджуватися, що значною мірою впливає на рівень невизначеності. Тому деякі фінансові проєкти спочатку проходять тестування на визначених об'єктах Укрзалізниці.

Для аналізу економічних ризиків і невизначеності в АТ «Укрзалізниця» застосовуються кількісні та якісні методи досліджень.

Більшість управлінських рішень приймається при наявності економічних ризиків, тому що виключити ці ризики майже неможливо. Тому при управлінні економічними ризиками займаються плануванням заходів з мінімізації критичних наслідків.

Сьогодні українська залізниця має на своєму шляху розвитку багато випробувань: економічними ризиками, працює в складних політичних та економічних умовах, за цих умов управління економічними ризиками на залізниці повинно завжди бути в стратегії розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Економічний ризик: методи оцінки та управління: навч. посібник/ [Т. А. Васильєва, С. В. Леонов, Я. М. Кривич та ін.]; під заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. А. Васильєвої, канд. екон. наук Я. М. Кривич. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 208 с.
2. Савченко-Бельский В. Ю. Антикризисное управление на транспорте (вопросы теории и практики). М.: ЭПИКОН, 2002. 206 с.
3. Савченко-Бельский В. Ю. Управление экономическими рисками транспортных предприятий. М.: ИМЭПИ РАН, 2004. 118 с.
4. Івченко І. Ю. Економічні ризики: навч. посіб. Київ: «Центр навчальної літератури», 2005. 304 с.
5. Управління ризиками. URL: https://www.uz.gov.ua/about/investors/risk_management/

ПИСАР Н.Б., к.е.н., доцент, докторант,
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені В. Стефаника»

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПРОСТОРОВОЇ ПОЛЯРИЗАЦІЇ

Необхідною умовою розвитку просторової поляризації, є оцінка наявних та потенційних індикаторів територіальної концентрації економіки регіону з максимальним врахуванням особливостей тієї місцевості, де передбачається

організація розвитку економічної діяльності, при чому оцінка повинна бути акцентована на аналізі певних видів природних, соціальних (трудових) ресурсів, виробничого потенціалу, який реалізується через накопичені спеціалізовані знання та капітал у матеріальній формі, інвестиційного ресурсу, що забезпечує процес виробництва та накопичення коштів на його оновлення, виробничих та інших видів ресурсів, економіко-географічне розташування (щодо території сировини, енергії, ринків збуту готової продукції тощо), адже врахування особливостей просторового розвитку сприяє розробці конкурентоспроможних форм організації бізнесу як на мікро- так і на макро- і мезо- рівнях. Й. Шумпетер [1] розглядав створення крупномасштабних виробництв як елемент довгострокової стратегії розвитку та зростання галузі, коли негативні структурні зміни в галузі, викликані появою монополістичних об'єднань, можуть бути компенсовані позитивними рисами монополії.

Результатом впровадження концепції просторової поляризації в умовах глобалізації є те, що виробничо-територіальні комплекси, з урахуванням ресурсного потенціалу території, стають ефективні та конкурентоспроможні за своєю спеціалізацією, концентрацією, потужністю виробництва. Тому, важливим показником перспективного розвитку території має бути оцінка щільності ресурсів, згідно якого можна запропонувати “максимуми” виробничої спроможності і стимулювання регіонального розвитку. Тому, пропонується формування ресурсного каркасу енергетичного поляризованого простору, який міг би представити полюси економічного зростання та розвитку галузевої спеціалізації, для чого необхідно визначати індикатор економічної щільності через показник оцінки паливно-енергетичних ресурсів.

Перспективами формування і розвитку енергетичного поляризованого простору є інтеграція в єдиний європейський енергетичний простір, з використанням наявних запасів паливно-енергетичних ресурсів у регіонах України, адже об'єднавши національні енергетичні потенціали і можливості, можна протистояти ризикам та загрозам у функціонуванні енергетичного сектору, від якого залежить стабільний розвиток промисловості і енергетична безпека України.

Актуальність підходу до аналізу і оцінки концентрації ресурсів обумовлена тим, що центри тяжіння не завжди і не в усьому світі формують такі ареали, які здатні охопити у сферу своїх інтересів периферію, яка могла б забезпечувати дані ареали (полюси зростання) ресурсами, адже конкурентні переваги формуються за рахунок збільшення господарюючих суб'єктів. Наявність факту щільності ресурсів надає позитивний вплив на розвиток та зростання економічної системи в цілому та можливості реалізації потенціалу економічного зростання.

Оскільки сучасні дослідження оцінки концентрації ресурсів потребують удосконалення при дослідженні енергетичного потенціалу регіону, ми розглядаємо факт наявних в регіоні запасів паливно-енергетичних викопних ресурсів, а економічний потенціал регіону пропонуємо визначати через тісний взаємозв'язок господарюючих суб'єктів на базі каркасу наявних ресурсів, які використовуються в господарській діяльності або можуть бути задіяні в ній в

майбутньому. Взаємозв'язок процесів концентрації виробництва та концентрації капіталу стає умовою збільшення суб'єктів господарської діяльності, а, отже, і змін у структурі ринків, адже одна і та ж територія часто може бути під впливом двох і більше полюсів зростання. Так, наприклад, Карпатський регіон, з прикордонним його розташуванням, де економічне зростання могло б супроводжуватися розвитком міждержавного співробітництва енергетичного ринку на базі пропускних пунктів газової, нафтової, вугільної галузей та розгалуженої енергетичної інфраструктури. Розвиток енергетичного поляризованого простору може бути в результаті впливу сильних сторін регіону на галузь регіону, що могли б стати потенційними його складовими, а також мати вплив на розвиток економіки цілому, через формування полюсів зростання на території за рахунок таких перспективних галузей: лісової і деревообробної промисловості району, машинобудування і металообробки та хімічної промисловості. Логістичний потенціал економічного простору проявляється у наявності густої мережі залізничних і автомобільних шляхів та можливостей розвитку транспортних вузлів міжнародного значення. Карпатський ЕР забезпечений розвинутою мережею транспортних комунікацій, ділянки яких проходять за напрямками міжнародних європейських доріг, сприяють пропуску транзитних транспортних потоків через регіон, що обумовлює його стратегічне значення у розвитку економіки країни.

Отже, розвиток регіону на основі концепції просторової поляризації на нашу думку, повинен бути акцентований перш за все на соціально-економічному розвитку регіону, де розподіл ресурсів і факторів виробництва відбувається у межах галузевого простору (певного ринку економічної системи) таким чином, щоб якнайефективніше використати ресурси і можливості регіону, де знайдено потенційні “точки економічного зростання”, на базі яких може бути підвищення рівня його конкурентоспроможності, самофінансування, інвестиційної привабливості та мобільна інтеграція галузі даного регіону у глобальну просторову структуру світової економіки. Тому, зважаючи на економіко-географічне розташування на перехресті магістральних шляхів Центральної, Південної та Східної Європи, значний транскордонний транзитний потенціал, близькість до кордонів з Євросоюзом та наявність сировинної та ресурсної бази для розвитку основних галузей спеціалізації, висококласний інтелектуальний трудовий потенціал, визначають можливості формування і розвитку енергетичного поляризованого простору. Разом з тим, необхідно враховувати принципи теорії стабілізації економіки, яка пропонує методи контролю коливань рівня економічної активності, згідно з якими потрібно мінімізувати відхилення найважливіших економічних параметрів від встановлених нормативів, використовуючи при цьому відповідний політико-економічний інструментарій, а також, звертаючись до засновників сучасної теорії економічної політики – J. Tinbergen [4] і H. Theil [5], – можна стверджувати про те, що метою будь якої політики повинна бути функція добробуту населення держави.

Загалом, ефективне управління регіону можливе лише в тому випадку, згідно з [2, с. 28], якщо кількість інструментів економічної політики не менша за кількість цілей цієї політики, де під цілями розуміються певні кількісні

показники, на досягнення яких має бути спрямована економічна політика, причому інструменти політики потрібно включити у функцію, що підлягає оптимізації, інакше не будуть враховані витрати використання самих інструментів, що різко ускладнить визначення доцільності їх вживання на різних етапах розвитку економіки.

Отже, теорія поляризованого розвитку базується на принципах оцінки концентрації економічних ресурсів, населення і господарств у певних вузлових елементах, здатних впливати на навколишні регіони і стимулювати їхній розвиток через концентрацію виробництва динамічних (“пропульсивних”) галузей [3, с. 160].

Список використаних джерел:

1. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Директмедиа Паблишинг, 2008. С. 57–142.
2. Сухарев О., Татаринцева И. Функциональность и дисфункциональность хозяйственных систем: инновации, инноваторы и экономическая политика. *Инвестиции в России*. 2004. № 3. С. 28–37.
3. Павлов К. Экономическое ядро: сущность, критерии формирования и элементный состав. *Общество и экономика*. 2004. № 11. С. 158–170.
4. Tinbergen I. On the theory of economic policy. Amsterdam: North-Ho11, 1952. 78 p.
5. Introduction to econometrics / Henri Theil. Published by Prentice-Hall, (Englewood Cliffs, N. J.) Physical details: xxvii, 447 p.

ПРИСТУПА Л.А., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький національний університет

МЕЛЬНИЧУК О.С., магістрант,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Хмельницький національний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Поняття “фінансова стійкість” походить від англійського “financial stability” (фінансова стійкість або стабільність). У широкому значенні стійкість свідчить про спроможність об’єкта, системи виконувати свої функції незважаючи на вплив ендогенних і екзогенних факторів. Таким чином, поняття “стійкість” є близьким за значенням до понять стабільності, постійності, сталості, надійності, що досить часто призводить до їх ототожнення та ускладнює розмежування таких економічних термінів, як “фінансова стійкість”, “фінансова стабільність”, “фінансова надійність”.

На основі узагальнення науково-методичних підходів до визначення сутності поняття (таблиця 1) під “фінансовою стійкістю страхової компанії” будемо розуміти такий стан та якість фінансових ресурсів страхової компанії, за якого вона залишається платоспроможною і здатною в повному обсязі та своєчасно виконувати усі взяті на себе зобов’язання в умовах функціонування у динамічному бізнес-середовищі та забезпечувати відновлення своїх фінансових показників до потрібного рівня у разі дії негативних чинників.

Таблиця 1

Науково-методичні підходи до розуміння сутності поняття “фінансова стійкість страхової компанії”

Автори	Науково-методичний підхід
Александрова М. М., Гвозденко О. А., Горбач Л. М., Заруба О. Д., Шевчук О. О., Бойко А. О.	Фінансова стійкість страхової компанії представлена як перевищення доходів страхової компанії над її витратами
Александрова М. М., Базилевич В. Д., Іванюк І. С., Орланюк-Малицька Л. А., Шихов А. К.	Фінансова стійкість ототожнюється з платоспроможністю страхової компанії або платоспроможність виділяється авторами як одна з її найважливіших складових
Базилевич В. Д., Іванюк І. С., Мурина Н. Н., Роговська А. О., Сербіновський Б. Ю., Палкін А. В., Сухов В. А., Ткаченко Н. В., Тронін Ю. Н., Федорова Т. А., Шірінян Л. В.	Фінансова стійкість визначається як здатність страхової компанії виконувати взяті на себе зобов’язання перед страхувальниками (найпоширеніший підхід серед вітчизняних науковців)
Орланюк-Малицька Л. А., Сплетуков Ю. А., Дюжиков Е. Ф., Бойко А. О.	Складовою фінансової стійкості страхової компанії є її здатність до подальшого розвитку
Ткаченко Н. В., Шевчук О. О., Шірінян Л. В., Бойко А. О.	Фінансова стійкість ототожнюється зі здатністю страхової компанії адаптуватися до постійно змінюваного економічного середовища

Джерело: Узагальнено на основі [1-4 та ін.].

Опрацювання фахової літератури дозволяє зробити висновок, що ключовими елементами впливу на фінансову стійкість страхової компанії є наступні елементи: власний капітал, тарифна політика, збалансованість страхового портфеля та страхові резерви, інвестиційна політика, перестрахування.

Управління фінансовою стійкістю страхової компанії передбачає об’єктивне визначення її поточного й бажаного стану, скоординоване управління фінансовими ресурсами страховика, вибір таких управлінських рішень, котрі сприяли б забезпеченню фінансової стійкості. Зокрема, на основі системного

підходу, це може бути впорядковано та відображено у сформованій цілісній системі.

Таким чином, систему управління фінансовою стійкістю страхової компанії може бути визначено як сукупність інструментів управління, що суб'єкти управління застосовують і спрямовують на забезпечення фінансової стійкості страхової компанії.

Система управління фінансовою стійкістю є цілісною системою взаємопов'язаних елементів, що відображають відповідні заходи з управління фінансовою стійкістю страхової компанії. Отже, ключовими елементами системи управління фінансовою стійкістю страхової компанії є: керована підсистема (об'єкт управління), керуюча підсистема (суб'єкт управління) та інформаційно-аналітичне забезпечення (інформаційна база).

Керуюча підсистема являє собою сукупність підрозділів, на які покладено функції управління фінансовою стійкістю страхової компанії (рис. 1). До них належать: служби управління фінансами, бухгалтерія, аналітичні служби, служби управління бізнес-аналізу, служби управління актуарних розрахунків, служби планування, служби контролю тощо. До інструментів управління фінансовою стійкістю страхової компанії належать аналіз, планування, регулювання і контроль. Об'єктом управління є фінансова стійкість страхової компанії та можливості її забезпечення.



*Рис. 1. Система управління фінансовою стійкістю страхової компанії
Джерело: складено на основі [1-5 та ін.].*

Ефективність функціонування системи управління фінансовою стійкістю страхової компанії буде забезпечено лише при дотриманні наступних принципів: спрямованість дій суб'єкта на досягнення конкретних цілей;

взаємоузгодженість стратегічного та тактичного рівнів управління; єдність мети, результату та засобів.

Методичною основою системи управління фінансовою стійкістю страхової компанії виступає інформаційне забезпечення. Ефективність будь-якої управлінської системи значною мірою залежить від повного, достовірного та своєчасного інформаційного забезпечення.

При проведенні оцінювання фінансової стійкості страхової компанії використовується значна інформаційна база у складі: макроекономічних показників, показників агрегованих фінансових звітів і балансів, інституцій фінансового ринку та мікроекономічних. Вважаємо, що вона повинна містити три типи інформації: загальноєкономічна та макроекономічна інформація, яка виступає допоміжною інформацією і носить загальноєкономічний характер; мікроекономічна інформація, яка надає можливість фактичної оцінки рівня фінансової стійкості страхової компанії на основі розрахунку необхідних показників; інформація про напрямки забезпечення фінансової стійкості страхової компанії.

Поряд з інформаційним забезпеченням необхідно виокремлювати систему аналітичного забезпечення, яке передбачає вибір індикаторів оцінювання рівня фінансової стійкості та розробку розрахункових алгоритмів.

Основним інструментом аналітичних методів виступає індикатор, який являє собою набір функцій від одного або декількох базових часових рядів з встановленим часовим вікном.

На підставі інформаційного та аналітичного забезпечення створюється можливість прийняття рішення про напрямок управління фінансовою стійкістю страхової компанії.

Інформаційне забезпечення процесу управління фінансовою стійкістю страхової компанії повинно базуватися на складанні стратегічних карт, що забезпечує можливість узгодження короткострокових цілей діяльності досліджуваної системи з її місією і довгостроковою перспективою. Стратегічні карти повинні формуватись з чотирьох взаємопов'язаних складових: фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, навчання та розвиток. Перевагою використання стратегічних карт є проведення постійного моніторингу за фінансовою стійкістю страхової компанії та проведення перспективного аналізу та планування. Саме вони дають змогу оперативно порівнювати заплановані кількісні та якісні параметри з отриманими результатами, на основі чого можна аналізувати ефективність функціонування окремих елементів та всієї системи в цілому.

Список використаних джерел:

1. Страхування: Підручник / В. Д. Базилевич, К. Базилевич, Р. В. Пікус та ін. / за ред. В. Д. Базилевич. К.: Знання, 2008. 1019 с.
2. Вовчак О. Д. Страхування: навчальний посібник / 3-тє вид. Львів: Новий Світ-2000, 2006. 480 с.
3. Горбач Л. М., Каун О. Б. Страхування: Навчальний посібник. К.: «Кондор», 2010. 520 с.

4. Ткаченко Н. В. Фінансова стійкість страхових компаній (методологія оцінки та механізми забезпечення): дис. д-ра економ. наук: спец. 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит / ДВНЗ «УАБС НБУ» Суми, 2011. 418 с.
5. Пікус Р. В., Балицька М. В. Фінансова стійкість страхової організації та джерела її забезпечення. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. 2016. № 3(180). С. 6-10.

РИБАЛКО О.П.*, аспірант,
Київський університет ринкових відносин

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ БАНКІВСЬКИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНОЮ ПОЛІТИКОЮ

В умовах зростання конкуренції й поширенні ризиків банкам потрібна така система стратегічного управління, яка б забезпечувала їхній ефективний розвиток та економічну безпеку, була б здатна своєчасно й адекватно реагувати на зовнішні та внутрішні загрози. За цих обставин зростає потреба у розробці наукових підходів до формування банківських стратегій управління.

В умовах нестабільного зовнішнього середовища жоден банк не буде займатися стратегічним управлінням, розробкою чи впровадженням стратегії. Потреба в них виникає в умовах стабільної макроекономічної і політичної ситуації, оскільки в цьому випадку є можливість точних прогнозів розвитку національної економіки загалом, окремих видів економічної діяльності, а також окремого суб'єкта (банку). В практиці банків намітилася тенденція підвищення ролі стратегії, стратегічних підходів і методів стратегічного управління бізнесом в контексті забезпечення їх конкурентних переваг. Зазначимо, що потреба у стратегічному управлінні назріває також тоді, коли виникають нові цілі, досягти яких у межах діючої стратегії неможливо. Причинами цього є і те, що часто банкам в умовах швидкоплинних змін, з якими раніше вони не зустрічалися, буває досить складно визначити, який саме напрям діяльності потребує удосконалення і реформування і саме яким чином.

За таких умов перегляду можуть піддаватися самі цілі банківської діяльності, до речі, якщо раніше банки були орієнтовані на підвищення ефективності діяльності та максимізацію прибутків, то сьогодні все важливішими для них постає питання виживання, забезпечення платоспроможності та стабілізації фінансового стану [3, с. 37].

Роль кредитної політики банку полягає у визначенні пріоритетних напрямків розвитку та вдосконалення банківської діяльності в процесі акумуляції та інвестування кредитних ресурсів, розвитку кредитного процесу та підвищенні його ефективності [2, с. 107].

* Науковий керівник – Сова О.Ю., к.е.н.

Кредитна політика містить загальну мету і основні завдання її досягнення. Метою кредитної політики банку є створення високоякісних активів, які забезпечують постійний плановий рівень прибутковості; вкладання кредитних коштів у економічно перспективні, рентабельні проекти; розробка й активне впровадження нових кредитних технологій, кредитних продуктів і послуг; зміцнення і підвищення конкурентоспроможності на ринку; підвищення якості наданих послуг. Основними завданнями кредитної політики банку є: забезпечення високоприбуткового розміщення коштів банку; постійний контроль над структурою кредитного портфеля і його якісним складом; надання надійних і рентабельних кредитів, мінімізація і диверсифікація кредитних ризиків [4, с. 72].

Ефективна діяльність банків на кредитному ринку є основною складовою фінансової стійкості банківської системи, яка відіграє провідну роль в економіці України на шляху ринкових трансформацій. Розроблення ефективної системи управління кредитними операціями, а також правильна організація банківського кредитування забезпечує фінансову стабільність і надійність комерційних банків. Саме тому одним із найважливіших завдань управління кредитною діяльністю є формування та аналіз кредитного портфеля комерційних банків [5, с. 183-184].

Банківська стратегія повинна визначатися такими параметрами: узгодженість із фінансовими ресурсами, які можуть бути акумульовані банком та спрямовані в активні операції з метою забезпечення прибутковості; узгодженість отриманих результатів і витрат на їх досягнення; досягнення оптимального співвідношення між очікуваною ефективністю та можливими ризиками, які характерні для діяльності банку; узгодженість діяльності банку із загальноекономічними умовами, що склалися в Україні.

При формуванні стратегії банку необхідно ідентифікувати рівень невизначеності, за якого передбачається приймати стратегічні рішення щодо цілей діяльності банку в плановому періоді та засобів їх досягнення. Ідентифікація рівня невизначеності дозволить обрати відповідний аналітичний інструментарій, а отримані дані слугуватимуть основою для визначення оптимальної стратегії банку.

Єдиного підходу до формування стратегій банків та їх структуризації не сформовано. У науковій літературі виділяють такі варіанти класифікації стратегій [1, с. 158-162]:

- за конкурентною перевагою на ринку: стратегії диференціації, цінового лідерства, фокусування;

- за джерелом конкурентної переваги: стратегії максимізації ринкової частки, диференціювання продуктового ряду, ринку (ринкової ніші) та росту;

- за конкурентною позицією та можливостями щодо поліпшення цих позицій: стратегії банків-лідерів; банків із сильною позицією; банків, які мають сприятливу позицію; банків, які мають задовільну позицію; банків, які мають незадовільну позицію;

- за співвідношенням рівня доходності та ризику банківської діяльності: консервативна, агресивна та поміркована стратегії;

– за типом конкурентної боротьби: наступальна, оборонна та комбінована стратегії.

При формуванні стратегії банку обов'язково слід сформувати систему критеріїв її ефективності, які є індивідуалізованими для кожного банку з урахуванням стану операційного середовища та рівня його невизначеності.

В сучасних умовах становлення і розвитку банківської системи України одним з найважливіших методів управління банком є вироблення стратегії забезпечення ефективності банківської діяльності, що дає можливість банку стабільно зростати, реалізувати всі наявні можливості і виступає одним з основних факторів успіху функціонування банківської установи.

Список використаних джерел:

1. Банківський менеджмент: інноваційні концепції та моделі: монографія. [Примостка Л. О., Примостка О. О., Карчева І. Я. та ін.]. Київ : КНЕУ, 2017. 384 с.
2. Білько О. П. Кредитна політика як регулятивний фактор в діяльності банківської системи України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету: Серія: Право*. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2013. Т. 2. Вип. 22. Ч.1. С. 106-109.
3. Вовчак О. Д. Розвиток стратегічного управління та його особливості в банках з іноземним капіталом. *Технологический аудит и резервы производства*, 2016. № 4/5. С. 36-41.
4. Петрушко Я. Р. Кредитна політика як основа ефективної кредитної діяльності банку. *Інноваційний розвиток: освіта та наука XXI століття*, 2018. Том 3. С. 70-73.
5. Росола У. В., Щока Н. І., Ярмолюк М. С. Кредитна політика та аналіз сучасного стану кредитного ринку. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*, 2018. № 1(9). С. 181-188.

ШЕПЕЛЮК В.А., к.е.н.,

*доцент кафедри національної економіки та фінансів,
Університет економіки та права «КРОК»*

ПРИНЦИПИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА КОРПОРАТИВНІ ПРАВА

Сучасна корпорація – це колективне утворення, організація, визнана юридичною особою, створена шляхом об'єднання підприємств, яку очолює певна група осіб, що професійно займається підготовкою та прийняттям управлінських рішень, для поєднання виробничих, наукових та комерційних інтересів з метою здійснення соціальної корисної діяльності. Її засновниками є особи які володіють акціями, а також мають обмежену відповідальність у розмірі свого внеску в капітал корпорації.

Процес управління передбачає своєчасне отримання менеджером достовірної інформації, необхідної для прийняття оптимальних рішень.

Корпоративне управління слід розуміти як управління корпорацією і тому його не можна ототожнювати з державним управлінням (управлінням, здійснюваним органами державної влади), яке часто сприймається як керування, що, своєю чергою, обумовлює владні відносини.

Принципова відмінність корпоративного управління від державного полягає в тому, що засадами першого є взаємоузгодженість дій між органами корпорації через спільне прийняття рішень учасниками (акціонерами) шляхом участі у вищому органі та через відповідну діяльність інших органів корпорації, здійснювану з дотриманням вимог закону, внутрішніх корпоративних актів та рішень вищого органу. Відносини з приводу участі акціонера або учасника іншого товариства в управлінні є корпоративними, адже охоплюються реалізацією визначеними суб'єктами своїх корпоративних прав.

Корпоративне управління – один із визначальних елементів і передумова успішного функціонування товариства, збільшення довіри до інвесторів.

На наш погляд, має місце розгляд корпоративного управління як управління корпоративними правами. Це визначення дуже широке і свідчить про те, що власник таких прав має право власності на частину (пай) у зареєстрованому статутному капіталі господарського товариства, включаючи права на управління, одержання частини відповідного прибутку товариства і також на частину активів у випадку ліквідації даного суб'єкта господарювання.

Отже, корпоративне управління – це система відносин між учасниками акціонерних товариств, які мають право голосу

Корпоративне управління у широкому розумінні виступає як система, за допомогою якої скеровують та контролюють функціонування товариства. В межах корпоративного управління окреслюється, яким способом інвестори контролюють діяльність управлінців, визначають відповідальність, яку мають менеджери щодо інвесторів в результаті діяльності товариства. Відповідна система корпоративного управління збільшує впевненість інвесторів в тому, що керівництво товариства з розумом використовує їх вкладені інвестиції для фінансово-господарської діяльності товариства, що сприяє збільшенню вартості частки інвесторів у капіталі.

Відповідне корпоративне управління не повинно обмежуватися тільки відносинами між управліннями та інвесторами, а має передбачати також важливість законних інтересів та активного співробітництва із зацікавленими особами, у яких є чинний інтерес щодо діяльності товариства (споживачами, працівниками, державою, кредиторами, громадськістю тощо). Це має відношення до того, що товариство не здатне здійснювати свою діяльність незалежно від оточення, в якому воно функціонує, і на кінцевий результат його діяльності впливає внесок всіх зацікавлених осіб.

Корпоративне управління з позицій інституціонального підходу представляє собою систему формальних та неформальних норм, які розкривають права власності та шляхи реалізації цих прав за допомогою різноманітних форм особистісного та суспільного контролю. Беручи до уваги

сутність корпорації як прозорої системи, основною задачею корпоративного управління є контроль та нагляд за діяльністю управлінського персоналу, яку можна вирішити за допомогою застосування механізмів зовнішнього та внутрішнього контролю.

Ефективне корпоративне управління передбачає: чіткий розподіл функцій і обов'язків між загальними зборами, спостережною радою та виконавчим органом; визначення обсягу корпоративних прав акціонерів, можливість використовувати ефективні засоби їх захисту, рівноправність акціонерів, а також заохочення активного співробітництва між акціонерним товариством і заінтересованими особами щодо створення добробуту, робочих місць і поліпшення фінансового стану товариства. Процес глобалізації та інтеграції України у світове економічне співтовариство дає змогу створити надійну вітчизняну систему реєстрації корпоративних прав.

Отже, за суттю корпоративне управління – це система зв'язків між власниками товариства, його управлінським персоналом та зацікавленими особами для здійснення ефективної діяльності підприємства та забезпечення рівноваги впливу інтересів учасників корпоративних прав.

ЮЩЕНКО Н.Л., к.е.н, доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту,
Чернігівський національний технологічний університет

ПОКРАЩЕННЯ ЗА ПРИНЦИПОМ ДОВІРИ ОРІЄНТОВАНИХ НА СПОЖИВАЧА ЦИФРОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ НА БАЗІ ТЕХНОЛОГІЇ BLOCKCHAIN

Блокчейн [1; 2] – одна з найбільш трендових технологій сьогодення, яка дозволяє відкрити дані й продемонструвати, що вони не зазнали змін, не розкриваючи при цьому персональні дані користувачів. Через прозорість і незалежність від урядів та корпорацій його називають проривом 21 століття. Наявність блокчейну в сервісі або послугі гарантує те, що немає втручання в процес і результати. Гарантію незмінності даних дає особливий метод їх зберігання. Ним передбачено, що якщо інформацію буде замінено або видалено, то решта записів в ланцюзі блоків необхідно буде також змінити, оскільки кожний наступний блок посиляється на попередній.

Наразі існує мало проєктів, які неможливо реалізувати без технології блокчейну. Його використання дозволяє в одних випадках скоротити вартість транзакцій, в інших – збільшити прозорість та довіру до системи, а також скоротити витрати на процеси або співробітників. В середині січня 2016 р. аналітична компанія CB Insights опублікувала список найбільших галузей, де може застосовуватись блокчейн [3] – це фінанси, логістика, менеджмент, медицина та ін.

Україна входить в топ-14 країн світу за впровадженням блокчейн-технологій [4].

З огляду на євроінтеграційні наміри України необхідно врахувати, що 9 квітня 2018 р. 22 держави Євросоюзу підписали декларацію про створення Європейського партнерства в сфері блокчейн-технологій [5], обмін знаннями і досвідом в технічній та нормативній сфері. Планується підготовка запуску єдиних для Євросоюзу додатків з використанням технології розподілених реєстрів для державного і приватного секторів. Згідно угоди, перші транскордонні акції повинні відбутися наприкінці 2019 р. Єврокомісія інвестує близько € 300 млн. в розвиток блокчейн-технологій.

Блокчейн відмінно працює з великими реєстрами і системами з великою кількістю транзакцій – при цьому істотно скорочуючи їх вартість за рахунок автоматизації дій (за допомогою смарт-контрактів), менших витрат на обробку, відсутність посередників і в деяких проектах – розподілених обчисленнях. Використання блокчейну має свої переваги для уряду – дана технологія полегшує процес оцифрування документації та доступ до суспільних послуг. Так, IBM працює з Управлінням з контролю за продуктами харчування та лікарськими засобами США (FDA) та Центром профілактики захворювань над можливим використанням блокчейну в цій сфері. Congressional Blockchain Caucus, запущена в 2016 р., працює над збором інформації про блокчейн-проекти. Ці дані потрібні, щоб в майбутньому люди могли безпечно підтверджувати в мережі свою особу, проводити онлайн-платежі (наприклад, податкові) і відслідковувати ланцюги поставок.

Естонія вже застосовує блокчейн в програмі e-Estonia, що дозволяє голосувати, вести медичну документацію і сплачувати податки онлайн. Технологія блокчейну забезпечує Естонії економію до 2 % ВВП на рік.

Уряд Дубаю разом з IBM и ConsenSys працює над пілотним проектом, який охопить всю країну. За планами компаній, цей проект спростить перевірку ідентифікаційних даних і дозволить оцифровувати й відслідковувати медичні записи, заповіти та різні контракти.

Формування сучасного й зручного для користувача правового середовища, розвиток науково-дослідних програм, спрямованих на інтенсивне вивчення світового досвіду запровадження технології розподіленого реєстру, впровадження блокчейну і смарт-контрактів в роботу державних органів України, а також в комунікаціях з населенням, зокрема, переведення на технологію блокчейн і розумні контракти реєстрів майнових прав, переведення на блокчейн виборчого процесу, наряду з іншими заходами [6], сприятиме розбудові високоефективної і захищеної від корупції держави.

Для прикладу, впровадження технологічної інфраструктури, яка дозволяє автоматизувати процеси розподілу грошових засобів, що надходять в Пенсійний фонд, одним з найбільш бюджетних варіантів якої є блокчейн-технології в деякі бізнес-процеси пенсійного фонду, зокрема, при призначенні й виплаті пенсій, обліку страхових внесків, персоніфікованому обліку учасників пенсійної системи та інші, дозволить вдосконалити діяльність пенсійного фонду, скоротити штат співробітників, подальші витрати фонду і в сукупності з іншими методами оптимізації пенсійної системи не підвищувати пенсійний вік в Україні [7; 8].

Список використаних джерел:

1. Что такое технология блокчейн и ее роль в крипто валютах. URL: <https://clickchain.ru/library/chto-takoe-texnologiya-blokchejn-i-ee-rol-v-kriptovalyutax/>
2. Перспективы blockchain для бизнеса и украинской экономики / Андрей Усенко – менеджер отдела инвестиций и рынков капитала KPMG в Украине. URL: <https://home.kpmg.com/ua/ru/home/media/press-releases/2018/06/perspektivi-blockchain-dlya-biznesa-i-ukrainskoi-ekonomiki.html>
3. Блокчейн / TADVISER. Государство. Бизнес. ИТ. URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Блокчейн_\(Blockchain\)#cite_note-qw-1](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Блокчейн_(Blockchain)#cite_note-qw-1)
4. Подружиться с блокчейном и криптовалютами: как развивается финтех-индустрия – рассказали эксперты на Blockchain & Bitcoin Conference Kyiv. Пост-релиз 2018. URL: <https://kiev.bc.events/ru/post-release-2018>
5. Пресс-служба Еврокомиссии. URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/area/press_ru
6. Ющенко Н. Л. До питання оподаткування доходів за місцем їхнього використання як шляху детінізації економіки України. Трансформація фіскальної політики України в умовах євроінтеграції: збірник наукових праць за матеріалами VIII науково-практичної інтернет-конференції, 1-15 грудня 2016 р. Ірпінь, 2016. С. 84-85. URL: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/15844>
7. Ющенко Н. Л. Розвиток блокчейн-технологій в Україні та світі. *Економіка та суспільство*. 2018. Випуск 19. URL: <http://economyandsociety.in.ua/>
8. Ющенко Н. Л. Технологія розподілених реєстрів як один із засобів подолання корупції в Україні та сприяння залученню додаткових інвестицій. Національна науково-методична конференція «Цифрова економіка» (м. Київ, 4-5 жовтня 2018 р.). К.: КНЕУ, 2018. С. 393-397. URL: http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/25902/1/ZE_2018_115.pdf

ЯРОСЛАВСЬКИЙ А.О., аспірант

*кафедри бухгалтерського обліку,
Вінницький національний аграрний університет*

ЧИННИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Головна мета економічної безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування в теперішньому часі і високий потенціал розвитку в майбутньому.

Так, основні функціональні цілі економічної безпеки підприємства наведені на рис. 1.



Рис. 1. Основні функціональні цілі економічної безпеки підприємства

Джерело: систематизовано та доповнено на основі [1].

Для економічної безпеки підприємства характерна сукупність якісних і кількісних показників, найважливішим серед яких є рівень економічної безпеки. Рівень економічної безпеки підприємства – це оцінка стану використання корпоративних ресурсів за критеріями рівня економічної безпеки підприємства. Рівень економічної безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його керівництво і фахівці будуть здатні уникнути можливих погроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовища. З метою досягнення найбільш високого рівня економічної безпеки підприємство має проводити роботу із забезпечення максимальної безпеки основних функціональних складових своєї роботи.

На рівень економічної безпеки підприємства впливають різноманітні чинники.

Можна виділити внутрішні, зовнішні чинники, які впливають на діяльність підприємства.

До внутрішніх зараховуємо такі: вид діяльності підприємства, досвід, відповідна кваліфікація керівництва і персоналу, наявність відповідних комунікацій для підприємства, форма власності, пропорції між власним і залученим капіталом, інноваційна діяльність, організація виробництва,

показники фінансового стану, ефективна маркетингова діяльність.

До внутрішніх загроз відносимо наступні фактори: недоліки у виробничому процесі, дефіцит у фінансуванні, низький рівень кваліфікації персоналу підприємства, низький рівень менеджменту. До зовнішніх факторів зарахуємо: стабільність економічної ситуації в країні, рівень конкуренції, частка ринку, постачальники, споживачі, нові технології, державні органи. До зовнішніх загроз відносимо: зменшення купівельної спроможності споживачів, рівень інфляції, сезонні коливання попиту, кризи окремих галузей [2].

Чинники економічної безпеки підприємства різноманітні і в кожній галузі виробництва мають свою специфіку. Однак, є загальні типові чинники, які впливають на рівень економічної безпеки підприємства незалежно від форм власності й галузі виробництва (рис. 2).

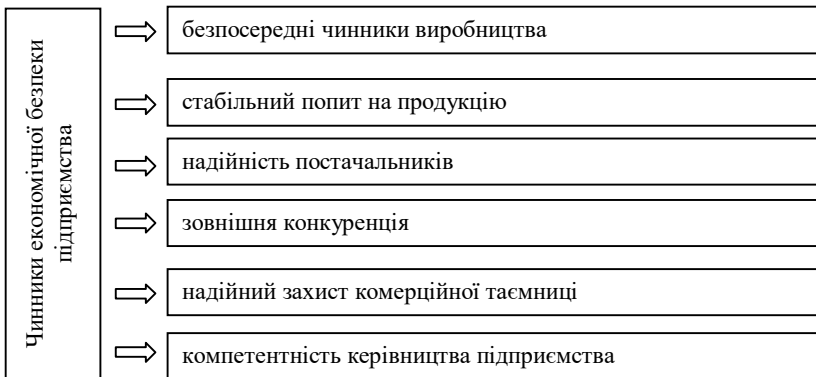


Рис. 2. Основні чинники економічної безпеки підприємства

Безпосередні чинники виробництва – це основні чинники, які безпосередньо забезпечують діяльність виробництва. Сюди зараховують: розміщення підприємства (територія); наявні природні ресурси та умови їх розміщення на цій території, доступність їх використання та якісні показники; наявність трудових ресурсів, їхній освітньо-кваліфікаційний рівень; наявна виробнича інфраструктура, можливий обсяг її використання; соціально-економічна інфраструктура і рівень забезпечення населення.

Стабільний попит на продукцію – чинник, який відіграє також важливу роль у рівномірному пропозиційному розвитку виробництва. Він охоплює: укладені довготермінові контракти на реалізацію продукції з її споживачами; рівень конкурентоспроможності продукції, що виробляється якісно гарантійні показники виробів; обґрунтовані прогнози стабільності ринку щодо певного виду продукції; державне та регіональне замовлення на виготовлену продукцію.

Надійність постачальників, насамперед постачальників основної сировини і матеріалів. Для цього потрібно мати довготермінові договори на поставку необхідної сировини і матеріалів, враховуючи терміни поставки і показники

якості; знати можливості постачальників і не допускати монополності в їх поставках.

Практика показує, що потрібно мати 3-4 і більше постачальників сировини і матеріалів, що гарантує ведення цінової політики на сировину, матеріали і комплектуючі.

Зовнішня конкуренція на продукцію, яка йде на експорт. Продукція має відповідати міжнародним стандартам; за якісними показниками і сервісним обслуговуванням бути конкурентоспроможною; мати обґрунтовану прогностичну перспективу; бути конкурентоспроможною щодо продукції, яка імпортується, з метою скорочення ввезення в Україну продукції, що може виготовлятися своїми підприємствами.

Надійний захист комерційної таємниці. Держава повинна гарантувати таємницю на науковотехнічні досягнення, розроблення нових технологій, інтелектуальну власність, ноухау, в тому числі й комерційні таємниці.

Підприємство, у свою чергу, має дбати про захист комерційної таємниці своєї фірми, технічне переоснащення охоронних систем і захист від розповсюдження інформації, яка компрометує фірму чи її працівників.

Компетентність керівництва підприємства. Найважливіші чинники, які можуть найбільш активно впливати на належний рівень економічної безпеки підприємства, це високий професіоналізм керівництва і команди менеджерів (висококваліфіковані кадри; система підготовки і форми навчання кадрів; створення для кадрів відповідних виробничих і соціальних умов).

Є ще й інші чинники економічної безпеки підприємства, які не пов'язані з безпосередньою виробничою діяльністю, але спричиняють суттєвий вплив на стан виробництва. Вони пов'язані з поведінкою окремих людей, їхньою мораллю, духовністю.

Список використаних джерел

1. Гапак Н. М., Дочинець І. В. Суть та еволюція поняття «економічна безпека підприємства». *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. 2014. Вип. 2(43). С. 68–73.
2. Юрович Л. Економічна безпека підприємства: сутність, чинники впливу, основні проблеми. 66-та студ. наук.-техн. конф.: збірка тез доповідей / Національний університет «Львівська політехніка». Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка». 2009. С. 234-237.

Секція IV. Розвиток цифрового маркетингу та прогресивних технологій бізнес- адміністрування

ДОВГАНЬ Ю.В.,

*асистент кафедри маркетингу та аграрного бізнесу,
Вінницький національний аграрний університет*

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РОСЛИННИХ ОЛІЙ

Тенденції розвитку світового ринку рослинних олій свідчать про зростаючу зацікавленість споживачів у здоровому та повноцінному харчуванні. У кожного споживача є власні причини для вибору конкретних продуктів харчування. Це стосується і рослинних олій. Правильно обрана стратегія маркетингу інноваційних рослинних олій має ґрунтуватися на різних факторах які впливають на вибір споживача таких як доступність, смак, здоров'я, стійкість тощо.

Компоненти традиційного маркетинг міксу вже неможливо уявити без використання інструментів цифрового маркетингу (Digital Marketing). Традиційні підходи до маркетингу передбачають проведення маркетингових кампаній переважно через засоби масової інформації. Швидкий розвиток інформаційних технологій, поширення нових медіа, більша доступність технологій виробництва контенту, удосконалення методів таргетування, покращення аналітичних інструментів маркетингових досліджень, алгоритмізація «розумного» пошуку для визначення потреб і вподобань споживачів відкривають нові можливості до формування маркетингових стратегій.

Цифровий маркетинг вирішує наступні завдання:

1. Підтримка іміджу бренда.
2. Підтримка виведення нового бренда або продукту на ринок.
3. Підвищення впізнаваності бренда.
4. Стимулювання брендових продажів товарів (послуг) [1].

Переваги цифрового маркетингу полягають у наступному [2]:

- інтерактивність – активне залучення споживача у взаємодію з брендом;
- відсутність територіальних обмежень при реалізації маркетингових ідей;
- легкість доступу до ресурсу (web-і war-ресурси);
- значне поширення Інтернету і мобільного зв'язку забезпечує активне залучення цільової аудиторії;
- можливість оперативної оцінки заходів кампанії та управління подіями в режимі реального часу.

Основними типами цифрового маркетингу є [3]:

1. Маркетинг у соціальних мережах (Social Media Marketing, SMM), який цілеспрямовано використовує платформи соціальних медіа та веб-сайтів для просування продуктів та послуг.

2. Контент-маркетинг (Content Marketing, CM) - це мистецтво використання розповіді та цінної інформації, для підвищення обізнаності про бренд з метою залучення цільової аудиторії. Метою контент-маркетингу є не рекламування, а налагодження партнерських взаємовідносин з потенційними клієнтами.

3. Пошуковий маркетинг (Search Engine Optimization, SEO) – це процес оптимізації контенту або веб-сайтів для того щоб вони відображались в результатах пошуку в пошукових системах таких як Google. SEO має багато спільного з використанням правильних ключових слів сайту або контенту, який ви хочете показувати в пошуковій мережі та отримувати посилання на цей веб-сайт або контент. Існує тісний зв'язок між контентом, маркетингом в соціальних мережах і SEO. Найбільш очевидним є те, що соціальні медіа та SEO є ідеальними каналами розподілу контенту.

4. Маркетинг в пошукових системах (Search Engine Marketing, SEM). На відміну від SEO який описує процес отримання неоплаченого трафіку пошукових систем, SEM відноситься до оплаченого трафіку пошукових систем. У SEM маркетологи платять задалегідь визначену суму грошей за показ маркетингового повідомлення в різних місцях в результатах пошуку за вказаними ключовими словами або фразами.

5. Реклама з оплатою за клік (Pay-Per-Click Advertising, PPC). Подібно до SEM та інших форм реклами PPC також описують маркетингові методи, при використанні яких маркетолог платить за кожен клік по посиланню на веб-сайті. Крім пошукових систем майже всі соціальні мережі надають можливість платити за клік. Потім ці оголошення відображаються в каналі адресних користувачів соціальних медіа.

6. Партнерський маркетинг (Affiliate Marketing) став одним з головних інструментів маркетинг-міксу для Інтернету. На відміну від реклами PPC за допомогою партнерського маркетингу рекламодавець не платить за трафік, а скоріше за переходи. Тарифи, як правило, вище, але ризик для рекламодавця обмежений, оскільки він платить лише за переходи. Партнерський маркетинг користується популярністю серед блогерів і власників веб-сайтів із високим рівнем трафіку, які заробляють гроші від продажу чужих продуктів своїй аудиторії.

7. Імейл маркетинг (Email Marketing) є одним з найкращих маркетингових каналів. Надсилаючи регулярні оновлення вашим абонентам електронної пошти, ви можете створювати та розвивати відносини. Імейл маркетинг дозволяє вибудувати пряму комунікацію між брендом (або бізнесом, компанією) і потенційними або існуючими клієнтами.

Багато статей про цифровий маркетинг зупиняються на вищенаведених 7 типах Інтернет-маркетингу. Крім згаданих вище, стратегії цифрового маркетингу існують і в автономному режимі. До них відносять рекламу на цифрових радіо та телебаченні, а також рекламу на мобільних пристроях

Більшість з названих типів маркетингу не можуть бути чітко відокремлені, межі між різними типами цифрового маркетингу часто розмиті і всі вони взаємодіють один з одним.

Ефективність просування інноваційних рослинних олій на ринку харчових продуктів можна суттєво підвищити використовуючи зазначені стратегії цифрового маркетингу.

Список використаних джерел:

1. Матвій М. Я. Нова парадигма маркетингу підприємств в умовах глобалізації: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2013. 415 с.
2. Голик В. С. Эффективность интернет-маркетинга в бизнесе: Дикта, 2012. 29 с.
3. Types Of Digital Marketing You Should Know – And Consider For Your Marketing Strategy. URL: <https://blog.thesocialms.com/types-of-digital-marketing-consider-strategy/>

ДОМАНСЬКА Г.І., викладач
комерційних дисциплін,

Торговельно-економічний коледж
Київського національного торговельно-економічного університету

ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Цифрова економіка - нове поняття і явище в сучасній економічній науці і практиці господарювання. Становлення і розвиток цифрової економіки призвело до трансформації комплексу маркетингу підприємства, змусивши його адаптуватися до нових умов зовнішнього середовища.

Сучасне суспільство стикається з суттєвими змінами у всіх сферах діяльності, заснованими на видатних досягненнях в області інформаційних і цифрових технологій. Цифрові технології, завдяки своїм властивостям і специфіці, істотно розширили інформаційне поле людей і підприємств, зменшили витрати пов'язані з пошуком, обміном і зберіганням інформації, а також посилили роль інформації як ресурсу в економічних системах управління. Все це призвело до появи в економіці нового терміну і поняття «цифрова економіка» (digital economy).

Говорячи про історію формування поняття цифрової економіки, необхідно відзначити, що вперше цей термін озвучив канадський вчений Дон Тапскотт (Don Tapscott) в 1994 р, в книзі The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence [1]. На сьогоднішній день даним терміном користуються у всьому світі, він увійшов в ужиток політиків, підприємців, журналістів, однак єдиного підходу до його трактуванні немає. Класичне визначення поняття «цифрова економіка» розглядає його, як економіку,

засновану на цифрових технологіях, яку слід характеризувати виключно як область електронних товарів і послуг.

Сьогодні цифрова економіка і інтернет-технології торкаються всіх сфер суспільного життя. Так, згідно зі звітом Світового банку, розвиток і широке використання інтернету сприяє розширенню масштабів торгівлі, більш ефективному використанню капіталу, посиленню конкуренції, створенню нових робочих місць і, в кінцевому підсумку, підвищенню продуктивності праці [8].

У даній роботі будуть представлені результати досліджень впливу цифрової економіки на сферу маркетингу в контексті комплексу маркетингу (4P).

Place. Зміни, що стосуються місця розміщення товару, характеризуються тим, що активний розвиток електронної комерції та інтернет-магазинів знімає обмеження, які раніше накладалися на торговельні майданчики щодо площі складських приміщень. Зникає необхідність оренди і дорогого оформлення торгового залу, вітрин, стелажів та інших речей, призначених для демонстрації продуктів та залучення уваги потенційних покупців. Їх замінюють електронні майданчики, сайти, а часом і сторінки в соціальних мережах, створення, оформлення та підтримка в належному стані яких набагато дешевші, ніж аналогічні дії щодо торгових приміщень. Крім того, нівелюється або зовсім зникає географічна прив'язка до розміщення магазину – покупці отримують більше можливостей замовляти товари та послуги з будь-якої точки планети.

Product. У розрізі товарної політики при використанні цифрових інформаційних технологій в першу чергу необхідно згадати два позитивних моменти, що стосуються асортиментної політики:

1) зміни в асортиментній політиці – можливість розширення асортименту, збільшення закупівель і продажів продукції через зняття обмежень по площі магазину. На продаж можна виставляти навіть ті продукти, яких на даний момент немає в наявності, але можна оперативно замовити їх у дистриб'ютора або переадресувати йому замовлення через дропшіппінг;

2) прискорення оновлення асортименту, зміщення вектора уваги користувачів на ті товари, які є модними і затребуваними в певний період, після чого товар просто йде з ринку. Компанії змушені скорочувати витрачений на розробки час і збільшувати частоту виведення на ринок нових товарів [10].

Promotion. У зв'язку зі зміною специфіки продуктів і каналів їх розподілу змінилося і просування їх споживачам. Зокрема, необхідно виділити наступні фактори, що обумовлюють сучасні канали просування продукції: блоги, відгуки про товари, форуми, рейтинги стали важливими джерелами знань про те, як споживачі збирають інформацію про продукти і як надалі використовують її в своєму ухваленні рішення про покупку. Дослідження показують, що понад 90 % користувачів інтернету читають онлайн-відгуки про продукт або послугу перед здійсненням покупки. Більш того, близько 67% рішень про покупку споживчих товарів засновані на інформації, наданої користувачами, а не компаніями. В середньому, перед здійсненням покупки користувачі читають як мінімум чотири відкриття [4]. У фірм-виробників з'явилася можливість відслідковувати всі етапи купівельної поведінки і адаптувати свою діяльність відповідно до них;

Price. Відносно питань ціни продукції, перше, що необхідно відзначити, це зниження витрат за рахунок зникнення потреби інтернет-магазинів в складах і торгових залах, вартість оренди яких, разом із заробітною платою працівників, що займаються їх обслуговуванням, раніше закладалася в ціну товару. Крім того, розвиток цифрових технологій значно здешевив процес комунікації та інформатизації комерційного продукту. Як було сказано раніше, поширення та здешевлення інформації прискорює процеси копіювання інновацій та вдалих товарів. В умовах високої прозорості ринків і високої конкуренції фірм-виробників важливість вартості продукції істотно зросла.

Сьогодні, споживачі, перш ніж прийняти рішення про покупку, мають можливість вивчити пропозицію не тільки локального, а й регіонального, а в деяких випадках навіть світового ринку, дізнавшись вартість, показники якості і сервісу не тільки продукції, що цікавить їх фірми, а й її конкурентів. Необхідно також сказати, що цифрова економіка настільки сильно вплинула на звичні підходи до ведення бізнесу, що на ринок вийшли небачені раніше форми: «Uber, найбільша в світі служба таксі, не має власних транспортних засобів. Facebook, найпопулярніша медіакомпанія світу, не створює контент. А Airbnb, найбільший в світі сервіс пошуку житла, не володіє нерухомістю» [14].

Підводячи підсумки, можна сформулювати наступні висновки з приводу впливу цифрової економіки на маркетинг підприємства:

а) бурхливий розвиток інформаційних технологій, що стало головною причиною формування цифрової економіки, зробив колосальний вплив на маркетингову діяльність фірм, трансформувавши традиційні підходи до неї в принципово нові види діяльності: електронна комерція, online реклама і т. д.

б) зниження витрат на окремі маркетингові процеси: зберігання товарів, просування і т. д.

в) розширення і оновлення асортименту товарів (соціальний результат), а також збільшення обсягу продажів фірм (економічний результат);

г) при зростаючих вимогах до компетенцій співробітників відділу маркетингу і, відповідно, їхню заробітну плату (економічні витрати) передбачається зростання продуктивності їх праці (економічний результат) і інтелектуального потенціалу (соціальний результат);

д) необхідність технологічного узгодження учасників телекомунікацій у використанні інформаційних технологій вимагає інвестиційних витрат для суб'єктів господарювання, що займаються маркетинговою діяльністю (економічні витрати), але це дає підстави для отримання позитивних економічних результатів (див. п.п. вище), завоювання іміджу компанії, особливо на промисловому ринку.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навч. посіб. Донецьк: ДонДует ім. М. І. Туган-Барановського, 2013. 156 с.
2. Владимирова Л. П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пособ. М.: Издат. дом «Дашков и К», 2015. 308 с.

3. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: підруч. К.:КНЕУ, 2018. 268 с.
4. Друкер П. Эффективное управление: экономические задачи и оптимальные решения / пер. с англ. М. Котельниковой. М.: ФАИР -ПРЕСС, 2011. 228 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / пер. с англ. под ред. Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. СПб: Питер, 2016. 752 с.
6. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией. М.: Русск. деловая лит-ра, 2015. 217 с.
7. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / пер. с франц. СПб.: Наука, 2014. 426 с.
8. Мельник Л. Г., Старченко Л. В., Карінцева О. І. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2017. 240 с.
9. Отт Р. Создавая спрос: эффективные советы и рекомендации по маркетингу ваших товаров и услуг / пер. с англ. М.: Филинь, 2018. 320 с.
10. Інформаційні системи і технології в маркетингу: навч. посіб. / [Н. С. Пінчук, Г. П. Галузинський, Н. С. Орленко та ін.]. К.: КНЕУ, 2016. 328 с.

ДОНЦОВА Л.Д., викладач,

Житлово-комунальний коледж ХНУМГ імені О. М. Бекетова

РОЗВИТОК ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ТА ПРОГРЕСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

Маркетинг – це та сфера бізнесу, в якій все мінливо, тому потрібно завжди тримати руку на пульсі та шукати нові рішення.

Цифровий маркетинг – це модель маркетингу 21-го століття, маркетинг масової індивідуалізації, маркетинг з використанням цифрових каналів. Він є революцією Інтернет-маркетинг який дозволяє взаємодіяти з цільовими сегментами ринку в он-лайн середовищі.

Термін «цифровий маркетинг» почав використовуватися в 1990-х роках. До 2010 року значно виріс рівень складності інструментів цифрового маркетингу як комплексу для ефективного створення тісних стосунків зі споживачем.

Маркетинг, що використовує останні технології стає все більше цифровим процесом. Цифровий маркетинг – це використання цифрових каналів для просування продукції підприємства. Сюди входять: просування в блогах і соціальних мережах, створення спеціальних Інтернет сайтів, вірусна реклама. Це великий комплекс, на основі цифрових технологій використовує різні види маркетингу для кращого просування продукту і бренду. Завдяки цьому споживачі можуть формувати продукт таким чином, яким вони хотіли б його бачити, у них з'являється унікальна можливість напряду контактувати з компаніями, висловлювати свої думки та бути почутими. Цей зв'язок дуже важливий для підприємця. Сучасний світ швидко змінюється і компанії повинні бути завжди готові оперативно реагувати на ці зміни.

Цифровий маркетинг має свої переваги це адресність, точність оцінки, ефективність сайту, визначення попиту на підставі відслідкування тематики запитів та реактивність покупки.

Маркетологи вважають, що електронна розсилка повідомлень це ефективна стратегія цифрового маркетингу, оскільки це ще один спосіб побудови довгострокових стосунків зі споживачем.

Цільовою аудиторією цифрового маркетингу є: фізичні та юридичні особи, економічна можливість, технологічна оснащеність.

Цифровий маркетинг з точки зору маркетингових комунікацій передбачає використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування свого бренду.

Цифровий маркетинг тісно переплітається з Інтернет – маркетингом, який є на сьогодні його частиною, оскільки використовується канал комунікацій (Інтернет).

Концепція маркетингу має універсальний характер направлений на підвищення конкурентоспроможності підприємств. В умовах розвитку цифрової економіки теоретичні положення маркетингу набувають нові форми, адаптуючись до сьогодишніх змін. Обсяг накопиченої інформації зростає, збирання даних за допомогою процесу цифрових технологій стає дешевшим і спонукає інтеграцію маркетингових комунікацій з іншими маркетинговими інструментами. Таким чином, завдяки цифровим методам використання та обробка інформації стає головним джерелом підвищення ефективності маркетингової діяльності.

Сучасні умови, Інтернет, цифрові канали дають поштовх появи нової форми маркетингової діяльності – цифрового маркетингу. Постійно в світі з'являються нові процеси, які потребують нові підходи і трансформацію поглядів в маркетинговому управлінні виробництвом. Розвиток інформаційного простору і процесів глобалізації стимулюють необхідність використання цифрового маркетингу, тому що споживачі завжди відають перевагу брендам, які швидко освоюють цифрові канали. Саме тому маркетинг модифікує комунікаційні заходи. Цифровий маркетинг має свої переваги це залучення споживача у взаємодію з брендом; розповсюдження інформації про компанії серед цільової аудиторії; відсутність територіальних обмежень при реалізації маркетингових ідей; легкий доступ до інформаційного ресурсу; підтримка іміджу компанії.

Цифровий маркетинг часто називають он-лайн маркетингом, Інтернет маркетингом або веб-сервером-маркетингом. Термін «цифровий маркетинг» придбав велику популярність в багатьох країнах. У США використовують термін «он-лайн маркетинг», у Великобританії і багатьох інших країнах широко використовується термін «цифровий маркетинг».

Маркетологи вважають електронну розсилку повідомлень одну з ефективних стратегій, коли йдеться про цифровий маркетинг, оскільки це ще один спосіб побудувати довгострокових стосунків зі споживачем. Отже, сучасних умовах Інтернет відкриває великі можливості перед підприємствами в напрямку підтримки довгострокових відносин зі споживачами. Саме тому кожному вітчизняному підприємству треба в своїй діяльності застосовувати нові технології, яким є цифровий-маркетинг, включати його в перелік інструментів системи маркетингових комунікацій.

Список використаних джерел:

1. Кінаш І. А. Інтернет-маркетинг – стратегія розвитку сучасних машинобудівних підприємств. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 3. С. 331-335.
2. Ляшенко Г. П., Моткалюк Р. В. Інтернет-маркетинг та його інструменти. *Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право)*. 2013. № 3. С. 59-65.
3. Падерін І. Д., Романов О. В., Титовец Є. С. Розвиток Інтернет-маркетингу на підприємствах малого та середнього бізнесу. *Економічний вісник Донбасу*. 2016. № 1 (43). С. 120-124.
4. Алексинська М., Багракова А., Харченко Н. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій / Зайнятість через цифрові платформи в Україні. *Проблеми та стратегічні перспективи*. 2018 С. 1.
5. Яцюк Д. В. Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій в брендингу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 7. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/7_2015/16.pdf
6. Гриценко С. І. Цифровий маркетинг – нова парадигма розвитку освітніх кластерів в умовах глобалізації. *Вісник економічної науки України*. 2016. № 1 (30). С. 29–31.
7. Рубан В. В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Випуск 2-2(08). С. 20–25.

ЗАВГОРДНЯ С.Є., канд. пед. наук,
ст. викладач кафедри менеджменту,
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ АДМІНІСТРУВАННЯ СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

В сучасних умовах заклад вищої освіти (далі – ЗВО), як у суб'єкт підприємництва, конкуруючий на регіональних ринках освітніх послуг, повинен виробляти набір певних типів поведінки, правил прийняття раціональних рішень відповідних змінам зовнішнього середовища. На цій основі він має управляти внутрішніми змінами і враховувати важливі зовнішні зміни для забезпечення динамічної рівноваги з мінливим зовнішнім середовищем. У цьому контексті актуальним стає розгляд питань з забезпечення освітянських послуг за допомогою інструментарію адміністративного менеджменту та функції адміністрування.

Серед фахівців на даний час ще не сформувався єдиний підхід до визначення терміну «адміністративний менеджмент» і його функціональної діяльності – «адміністрування». Більшість вчених визнає, що адміністративний менеджмент – це складова частина управлінської діяльності.

І.С. Фоломкіна [5] зазначає: «Адміністративний менеджмент – специфічна категорія і вид діяльності, що включає в себе всі інструменти і навички управління в умовах формальних організацій. Структурованість відносин у рамках таких організацій є специфічною відмінністю адміністративного управління як діяльності».

А.Н. Фомічов [6] стверджує що: «Адміністративний менеджмент – один з основних напрямів сучасного менеджменту, який вивчає адміністративно-розпорядчі форми управління».

У деяких аналітичних оглядах [1, 2, 3, 4] адміністрування розглядається як частина менеджменту, яка спеціально прив'язана до технічних і (або) натуральних (матеріальних) елементів в рамках організаційних операцій. У цьому відмінність адміністрування від виконавчої та стратегічної роботи. Можна стверджувати, що адміністрування є спеціалізованим видом управлінської діяльності, побудованим на професійних принципах, суттю якого є забезпечення досягнення цілей організації на різних рівнях управління.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок про те, що адміністрування представляє собою професійну діяльність спеціалізованих працівників організації (адміністраторів), спрямовану на забезпечення досягнення цілей організації. В даний час здійснення адміністрування на практиці не має теоретичного підкріплення. У зв'язку з цим вважаємо доцільним розглянути особливості адміністрування в сфері послуг і описати основні функціональні сфери діяльності адміністраторів в освітньому секторі економіки, як частини сфери послуг.

Практика західних університетів показує, що в їх структурі значного розвитку набули адміністративні служби, безпосередньо не пов'язані з освітньою діяльністю і наукою, це маркетинг, стратегічний менеджмент, фандрайзинг і т.п. Діяльність керівництва в цьому випадку більше спрямована назовні, на взаємодію закладу з зовнішнім оточенням при відповідному делегуванні прав внутрішньо управління керівникам підрозділів.

Вважаємо, що необхідна радикальна перебудова організаційної структури ЗВО України, яка повинна спричинити за собою необхідні зміни бізнес-процесів його освітньої діяльності. Реструктуризація освітнього закладу має здійснюватися відповідно до принципів підвищення конкурентоспроможності та посилення фінансового контролю. Для цього може бути впроваджена система бюджетування. В процесі впровадження уточнюється загальна концепція цієї системи, формалізується структура бюджету ЗВО, класифікуються центри фінансової відповідальності (за доходами, витратами, інвестиціями), класифікуються доходи (за видами діяльності, джерелами фінансування, центрами відповідальності) і витрати (за видами витрат, центрами відповідальності).

Система бюджетування призначена для здійснення фінансового управління на рівні ЗВО в цілому, на рівнях окремих центрів фінансової відповідальності (факультетів, управлінь, кафедр, відділів, секторів, заходів, НДР і т. д.). Організаційна структура управління ЗВО може бути як ієрархічною, так і мережевою. При цьому внутрішня і зовнішня фінансова звітність буде

формуватися в згорнутому або розгорнутому вигляді для отримання агрегованої або детальної інформації.

На вищому рівні ЗВО передбачається формування балансу виконання кошторису витрат, бюджету доходів і витрат, бюджету руху грошових коштів і платіжного календаря, бюджету руху товарно-матеріальних цінностей, бюджету капітальних витрат, бюджету комунальних витрат та ін.

На рівні факультету (управління, відділу) передбачається можливість створення сукупного бюджету, бюджету доходів і витрат, бюджету заробітної плати співробітників, стипендіального бюджету, бюджету науково-дослідних робіт, бюджету інших договірних робіт, бюджету підвищення кваліфікації співробітників, бюджету забезпечення методичної діяльності, бюджету організаційних витрат.

На рівні кафедри (сектора) передбачається можливість формування сукупного бюджету, бюджету заробітної плати, бюджету науково-дослідних робіт, бюджету інших договірних робіт, бюджету підвищення кваліфікації співробітників, бюджету забезпечення методичної діяльності, бюджету організаційних витрат.

Центрами прибутку в новій структурі повинні бути факультети, кафедри, наукові підрозділи і комерційні підприємства. Всі інші структурні підрозділи - центри витрат. У зв'язку з цим в новій системі управління необхідно реструктурувати традиційні системи адміністрування ЗВО.

Необхідно створити організаційну структуру, відповідальну за організаційну концепцію, функціональну структуру, організаційну структуру управління, розвиток організаційно функціонального потенціалу вузу.

Потрібно розвивати технологічну і педагогічну структури, що відповідають за освітню стратегію ЗВО, зміцнювати теоретико-методологічну структуру, визначають необхідний вміст освітнього процесу.

Зазначені зміни структури істотно допоможуть ЗВО в рішенні проблем вигоди і плати за освіту. Метою розробки та впровадження механізму адміністрування ЗВО як ділового підприємства є реалізація організаційного, функціонального, інформаційного та кадрового потенціалу ЗВО для його успішного функціонування і розвитку в нових економічних умовах.

Для підвищення ефективності адміністрування ЗВО його керівники повинні здійснювати його за кількома критеріями. Вважаємо, що найбільш важливими критеріями є: задоволеність клієнтів; підвищення кваліфікації кадрів; дослідження і винаходи; управління; маркетинг; торгова марка; лідерство.

З метою більш чіткого та повного коригування діяльності у ЗВО повинні бути плани за всіма зазначеними критеріями. Це дозволить виявити найбільш сильні відхилення від планів.

Адміністрування за відхиленнями це адміністрування, при якому відповідальна особа або орган фіксує відхилення від заздалегідь намченого плану, програми та вживає заходів до їх усунення. Такий підхід дозволяє докладати зусилля саме в тих областях діяльності, в яких є найбільш істотні недоліки, і не витрачати сили на менш істотні проблеми.

Реалізація описаних вище концептуальних положень можлива на базі системного підходу до управління ЗВО. Поліпшенням складових його елементів, можна досягти успіхів. Переходячи на ідеологію системного адміністрування, ЗВО повинен виробити набір прийомів і методів для проектування освітнього процесу як виду бізнесу відповідно до поставлених цілей.

Список використаних джерел:

1. Бодди Д., Пэйтон Р. Основы менеджмента / под ред. Ю. Н. Каптуревского; пер. с англ. СПб.: Питер, 1999. 816 с.
2. Велешук С. С. Концептуальні підходи до визначення функцій та класифікації методів адміністративного менеджменту. *Ефективна економіка*. 2013. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1952>
3. Гордієнко Л. Ю. Адміністративний менеджмент: конспект лекцій. Харків: ХНЕУ, 2005. 116 с.
4. Ковалевски С. Научные основы административного управления; пер. с польск. под ред. Л. Н. Качалиной. М.: Экономика, 1979. 232 с.
5. Фоломкіна І. С. Адміністративний менеджмент: конспект лекцій для студентів денної і заочної форм навчання ІЕУ напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент». Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. 101 с.
6. Фомичев А. Н. Административный менеджмент: учеб. пособ. М.: Дашков и К°, 2003. 228 с.

КАЛІНА І.І., к.е.н., доцент,
*завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю,
ВНЗ «Інститут дизайну, архітектури та журналістики»*

РОЛЬ І МІСЦЕ СТРАТЕГІЇ АКТИВІЗАЦІЇ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

Стратегічне управління, як відомо, забезпечує організацію багатьма перевагами. Звичайно ж, головною причиною все більше активного впровадження методів і підходів стратегічного менеджменту є його внесок у довгострокову ефективність і прибутковість, які забезпечують виживаність аграрних підприємств. Одним з найважливіших аспектів позитивного впливу стратегічного управління є його вплив на результативність бізнесу шляхом високої комунікативності та інформативності між аграрними підприємствами і середовищем, а також між всіма структурними елементами організації.

Стратегічне планування, мабуть, буде ефективним тільки тоді, коли керівництво аграрним підприємством буде володіти об'єктивною інформацією про стан активізаційного потенціалу розвитку організації, що дозволяє не тільки визначати ефективні стратегії підприємства, але й розробляти стратегії активізації.

Аналіз останніх досліджень показує, що розробляти ефективні стратегії взагалі й стратегії активізації зокрема, можливо тільки при чітко налагодженій системі моніторингу зовнішнього середовища [4], внутрішнього аналізу змін аграрного підприємства [4;5; 6], діагностики [3; 7; 8; 9] і можливостей досліджуваної організації [5;6]. Якщо ранні теоретики стратегічного управління (Р. Акофф [1], І. Ансофф [2] та ін.), включаючи М. Портера, А. Томпсона й Дж. Стрикленда [5;6], говорили про необхідність адаптації до зовнішнього середовища, то І. Ансофф у більш пізньому періоді розробив метод розпізнавання небезпек за слабкими сигналами. Тому зараз у теорії менеджменту на перший план виходить не реактивна парадигма, а проблема управління на в основі попередження небезпек і активізаційного впливу на зовнішнє середовище за допомогою превентивного менеджменту [7; 9].

Управління рішенням супротивника й, в остаточному підсумку, нав'язування йому певної стратегії поводження при рефлексивній взаємодії, здійснюється не прямо, не примусом, а шляхом передачі йому підстав, з яких той міг би логічно вивести своє, але визначене іншою стороною рішення. Застосування такого підходу в економічному переломленні, викладено в деяких роботах, на наш погляд, є досить перспективним, тому що рефлексивні відносини конкуруючих сторін можуть дати топ-менеджеріві потужний важіль, що дозволяє приймати результативні рішення.

Реалізація превентивного менеджменту, як показали дослідження, можлива тільки на основі відповідної стратегії активізації, розробка якої, на наш погляд, вимагає певного вдосконалювання. Невирішеними аспектами даної проблеми є необхідність моделювання процесу розробки стратегії активізації та її реалізації на основі системи діагностики. Ця стратегія повинна бути спрямована на стійкий розвиток аграрного підприємства шляхом ефективного використання активізаційного потенціалу підприємства. Процес може бути здійснений на основі вдосконалювання і розвитку виробництва, його забезпечення та розподілу продукції, що випускається.

Активізаційний потенціал аграрного підприємства можна охарактеризувати як синергетичну рушійну силу цифровізаційного потенціалу, спрямовану на безперервність його прогресивних змін у процесі досягнення цілей аграрного підприємства. А стійкий розвиток та активізація аграрного підприємства визначити як послідовність структурних змін активізаційного потенціалу, що підвищують динамічну стійкість цих трансформацій. У результаті змін у процесі взаємодії всіх елементів системи виникає новий активізаційний потенціал аграрного підприємства, нова продуктивна сила, здатна вирішувати новітні завдання більш масштабного плану

Реалізація рішень за прийнятою стратегією активізації та її функціональну роль у підтримці стійкого розвитку підприємства можна представити у вигляді наступної схеми (рис. 1).

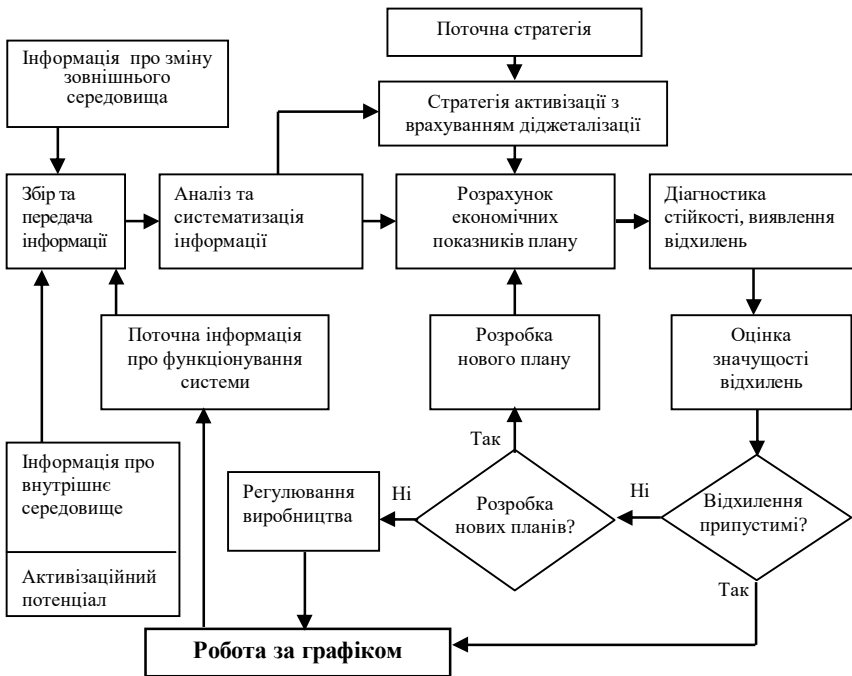


Рис. 1. Роль і місце стратегії активізації у системи менеджменту
 Джерело: розроблено автором.

Наведена схема ілюструє активізаційні заходи функціонального характеру, які вживаються керівництвом з метою надійності досягнення поставленої мети. Тут добре помітна роль інформації, що займає домінуючу позицію в процесі формування й реалізації стратегії активізації за допомогою реалістичних планів.

Як добре видно з наведеної схеми, різні блоки інформаційного поля відрізняються один від одного різноплановістю й різнохарактерністю й повністю залежать від специфіки розв'язуваних завдань. Саме від якості інформації й своєчасності її одержання залежить, насамперед, успіх розробки стратегії попередження, що, у свою чергу, розробляється на основі існуючої стратегії, і використовуються в якості одного з інструментів стійкого розвитку підприємств.

Одне із центральних місць у виробленні стратегії активізації займає вдосконалений процес діджетал маркетингу, що, у свою чергу, служить ядром запропонованої моделі активізації, який дозволяє аграрному підприємству стійко функціонувати в умовах несподіванок і ворожого оточення.

Слід також зазначити, що діджитал маркетинг у такій інтерпретації є складовою діагностування розглянутих аграрних підприємств, названої нами первинною діагностикою в загальній системі розпізнавання, роль і місце якої в ув'язуванні зі стратегією активізації. Також помітна домінуюча роль прогнозування на всіх етапах планування й рівнях (видах) менеджменту. Лише при добре налагодженій системі Інтернет-технологій, функцій аналізу й прогнозування можна виживати сьогодні, а завтра – успішно розвиватися. Функція прогнозування грає активну і все зростаючу роль випереджаючи план, разом із плануванням і після планування. Тільки на основі якісних прогнозів можна розробляти добротні стратегії всіх рівнів і на їхній базі – реалістичні плани. Тільки і тільки на основі якісних прогнозів ми можемо отримувати ефективні інноваційні, поточні плани й будь-якого рівня бізнес-плани.

При розробці й реалізації стратегії активізації основна увага приділяється питанням інформаційного забезпечення. Вірогідність, несуперечність і релевантність інформації – головна вимога в процесі будь-яких управлінських дій, значення якого різко зростає в процесі вироблення стратегії активізації, ефективність розробки якої у вирішальному ступені залежить від існуючого рівня стратегічного планування в конкретній організації. Тільки при налагодженій функції стратегічного планування й наявності служби моніторингу, діагностики, прогнозування й аналітичних її складових, здатних виконати проект керуючих впливів (рішень), можлива успішна реалізація розроблених моделей. А це може бути реалізовано лише при наявності досить високого інтелектуального потенціалу організації або використанні зовнішніх послуг.

Список використаних джерел:

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. М.: Прогресс, 1985. 325 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989. 519 с.
3. Лігоненко Л. О. Антикризисове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. 580 с.
4. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 1994. 680 с.
5. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран: Пер. с англ./ Под ред. В. Д. Щетинина. М.: Междунар. отношения, 1993. 896 с.
6. Томпсон А. А., А. Дж. Стрикленд. Стратегический менеджмент / пер. с англ. М., ЮНИТИ, 1998. 576 с.
7. Трененков Е. М., Дведенидова С. А. Диагностика в антикризисном управлении. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2002. № 1. С. 3 – 19.
8. Унковская Т. Е. Финансовое равновесие предприятия. К.: Генеза, 1997. 326 с.
9. Фомин Я. А. Диагностика кризисного состояния предприятия: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 349 с.

КІПОРЕНКО С.С., асистент
кафедри економічної кібернетики,
Вінницький національний аграрний університет

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Інтенсивний процес запровадження інноваційних технологій у реальну економіку в сучасних умовах спричиняє трансформацію відповідних ринків на національному та глобальному рівнях. Істотно впливає на ці процеси ступінь економічного розвитку окремих країн, рівень досконалості функціонування державних інституцій та нормативно-правової бази тощо. Зрілість органів державного управління проявляється в усвідомленні необхідності реалізації дієвих національних стратегій щодо запровадження передових технологій та здійсненні комплексних заходів для досягнення поставленої мети. Реалізація інноваційних програм посилює конкурентні позиції національної економічної системи у глобальному просторі.

В інноваціях сучасності виокремлено цифрові технології, які широко використовуються в різноманітних видах економічної діяльності та виступають у якості драйвера інтенсивного розвитку. Запропоновані технології набувають популярності у сфері маркетингу, бо їх можна використати при оптимізації ключових процесів [3].

Цифровий або digital (діджитал) маркетинг є загальним терміном для маркетингу товарів і послуг, який використовує цифрові канали для залучення та утримання клієнтів. Часто це поняття ототожнюють з інтернет-маркетингом. Проте цифровий маркетинг включає в себе інтернет-маркетинг, але не обмежується лише інтернетом. Інтернет-маркетинг включає SEO-просування сайту, контекст, вебінари тощо, тобто всі канали, які доступні користувачеві тільки в інтернеті. Цифровий маркетинг включає все вищеперераховане та рекламу і просування на будь-яких цифрових носіях поза мережею. Тобто він передбачає цифрову комунікацію, яка відбувається в онлайн- та офлайн-режимі.

Переваги цифрового маркетингу полягають у наступному:

1. Цифровий маркетинг дає змогу охопити і онлайн-, і офлайн-споживачів, які використовують планшети та мобільні телефони, грають в ігри, завантажують додатки. Так бренд може звернутися до більш широкої аудиторії, не обмежуючись інтернетом.
2. Можливість збирати чіткі і деталізовані дані. Практично всі дії користувача в цифровому середовищі фіксуються аналітичними системами. Це дає змогу робити точні висновки про ефективність різних каналів просування, а також скласти точний портрет покупця.
3. Гнучкий підхід – цифровий маркетинг дає змогу залучити на онлайн-ринку офлайн-аудиторію, і навпаки. Наприклад, за допомогою QR-коду на флаєрі можна спрямувати користувача на сайт. І водночас завдяки email-розсилці можна запросити на семінар або інший офлайн-івент.

В узагальненому вигляді цифровий маркетинг включає три складові:

- контент (повідомлення в блогах, статті, публікації, дослідження, електронні книги, копії сторінки продажів, електронні бюлетені, кампанії в соціальних мережах, SEO);
- дизайн (включення фотографій і зображень для контенту, інфографіки, діаграм, фотографій, відео);
- статистику (аналітика, ключові показники ефективності, мета і завдання, конверсійні канали, клієнтський LTV) [2].

На сьогодні цифровий маркетинг стрімко набирає обертів, його починають активно застосовувати у різних галузях економіки та запроваджують у бізнес-структури, в Україні цей напрям є порівняно новим і мало дослідженим. Тому в умовах сучасного розвитку вітчизняного ринку Інтернет-комунікацій існують проблеми розуміння переваг використання цифрового маркетингу й реалізації його різних методів та інструментів у рамках загальної маркетингової стратегії компанії, як нині мало або зовсім не використовують системи електронного маркетингу й е-комерції. Особливо це стосується галузі сільського господарства, адже вона традиційно вважається консервативнішою щодо технологічних нововведень.

Досвід зарубіжних країн вказує на те, що сільське господарство є сприйнятливим до електронної комерції через наявність великого і сегментованого ринку. Фермери отримують інформацію про характеристики продукції, що дозволяє їм порівнювати товари за багатьма показниками, в тому числі і ціновими. Застосування електронної комерції в секторі сільського господарства збільшує можливість проникнення аграріїв на нові ринки збуту як у межах країни, так і за кордоном, а також підвищує ефективність обслуговування існуючих ринків. Фермери, що не використовують переваги електронної комерції, вважаючи її занадто складним і необов'язковим нововведенням, насправді ризикують позбавити себе величезних можливостей, які можуть значно поліпшити показники успішності бізнесу [4].

Якщо говорити про українські агропідприємства то найчастіше вони використовують Інтернет для наступних цілей:

1. Проведення маркетингових досліджень. 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 та інформаційні ресурси. Зареєструвавши назву підприємства та подавши її докладний опис у максимально можливу кількість фермерських каталогів, фермер збільшує свої шанси бути поміченим споживачем, який шукає відповідну продукцію, покращити репутацію та підвищити впізнаваність свого господарства. Крім того, Інтернет-маркетинг дозволяє знаходити клієнтів, яких неможливо було б досягти за інших умов, наприклад, через велику різницю у географічному розташуванні.

3. Зниження операційних витрат за рахунок укладання партнерських угод з постачальниками матеріально-технічних цінностей на більш вигідних умовах.

За допомогою Інтернету створюються он-лайн ринки, де фермери можуть вільно збирати інформацію про продукти, насіння, добрива та обладнання. Основними елементами віртуальних сільськогосподарських ринків є: клієнти; провайдери; маркетингові, інформаційні, фінансові спеціалісти, а також учасники традиційних ринків – виробники, продавці, оптовики, покупці, споживачі та спеціалісти з логістики.

Застосування інструментів цифрового маркетингу в діяльності аграрного підприємства в комплексі призведе до розвитку підприємства, підвищення рівня продажу при мінімальних витратах, адже на даний момент саме цей вид реклами є найдешевшим. Саме тому, в ситуації, коли застосування таких інструментів ще не стало масовим, а користь від них є очевидною, швидкість прийняття рішення, щодо подальшого запровадження відіграє вирішальне рішення в процесі становлення та розвитку підприємства [1].

Таким чином, цифрові технології сьогодні є вирішальним фактором успіху та просування для кожної сфери бізнесу, що дає значні конкурентні переваги. Цифровий маркетинг являє собою комплексний підхід до просування компанії, її продуктів у цифровому середовищі, а також охоплює офлайн-споживачів. Цифровий маркетинг дає змогу інтегрувати велику кількість технологій (соціальні, мобільні, веб, CRM-системи тощо) з продажами та клієнтським сервісом, забезпечує постійний якісний зв'язок між рекламодавцем та кінцевим споживачем. Цифровий маркетинг базується на аналітиці даних про користувачів, їх поведінці, проникає в традиційні види комунікацій, щоб захопити увагу аудиторії і перетягнути її у віртуальний світ. Цифровий маркетинг передбачає персоналізацію, що підсилює вплив маркетингових інструментів на цільову аудиторію.

Список використаних джерел:

1. Ларіна Я. С. Інтернет-маркетинг та його значення в діяльності підприємств аграрного сектору України. Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг і цифрові технології» (26-27 травня 2016р.). Одеса, 2016. С. 101-103.
2. Марчук О. О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління. *Економіка і суспільство*. № 17. 2018. С. 296-299.
3. Пономаренко І. В. Цифровий маркетинг як ефективний інструмент підвищення рівня конкурентоспроможності компанії. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія: Економіка та менеджмент*. 2018. № 15. С. 57-65.
4. Швиденко О. М. Впровадження Інтернет-маркетингу в сільськогосподарських підприємствах. *Економіка АПК*. 2014. № 1. С. 129-135.

НОВИКОВ Д.Ф.*, аспірант
 кафедри економіки і маркетинга,
 Харківський національний економічний університет
 імені Семена Кузнеця

СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ ПРИ ТЕХНИЧЕСКОМ ПЕРЕВООРУЖЕНИИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Стремление руководства предприятия к повышению эффективности его работы всегда сталкивается с проблемой принятия управленческих решений, направленных на изменения работы предприятия для повышения уровня социально-ответственного маркетинга и тем самым улучшение окружающей среды. В результате исследования путей эффективной реструктуризации машиностроительного предприятия [1] определена значимость отдельных факторов, влияющих на деятельность предприятия, и произведен расчет интегральной нагрузки на отдельные факторы (табл. 1).

Таблица 1

Интегральная нагрузка целей предприятия относительно значимости [1]

Производственные цели предприятия	Приоритетность цели относительно деятельности предприятия, %
1. Проведение капитальных ремонтов и обновление станочного парка цехов	4,83
2. Модернизация обогрева производственных цехов	4,41
3. Внедрение новых обрабатывающих центров	3,78
4. Снижение уровня материальных затрат	2,73
5. Автоматизация некоторых трудовых процессов	2,52
6. Усовершенствование технических характеристик основных видов продукции	1,47
7. Разработка новых видов продукции	1,26

Из табл. 1 следует, что наибольший эффект в развитии машиностроительного предприятия достигается при проведении капитальных ремонтов и обновление станочного парка цехов (4,48 %), модернизация обогрева производственных цехов (4,41 %), внедрение новых обрабатывающих центров (3,78 %).

* Научный руководитель – Орлов П. А., д.э.н., проф., заведующий кафедры экономики и маркетинга Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця.

Проблема замены устаревшего оборудования присуща в той или иной степени каждому машиностроительному предприятию Украины. Приобретение нового оборудования не всегда является исчерпывающим решением. Само оборудование не способно производить конкурентоспособную продукцию. Требуется создание производственной единицы, т.е. создание единого комплекса, состоящего из оборудования, обслуживающего персонала, инструментов, оснастки, технологий производства и систематического взаимодействия с вспомогательными подразделениями предприятия.

Проведение технического перевооружения на многих предприятиях представляет собой обновление одного из инструментариев производства: покупка инструмента другого производителя, покупка нового станка или разработка новой технологии производства. Такой подход к проведению технического перевооружения позволяет добиться определенного эффекта в краткосрочной перспективе, снизить затраты, повысить качество производства товара. Но не всегда достигается потенциально возможный максимум. Предприятие выходит на минимально необходимый уровень по качеству производства, его затрат, удовлетворяя запросы заказчика и общества в целом, но при этом остается явный резерв, при использовании которого можно произвести еще более качественный товар с еще меньшими затратами. В этом случае в ходе переговоров с производителем можно добиться снижения цены заказа, что положительно скажется на интересах заказчика и улучшения деловой репутации производителя, который стремится не только выполнить требования заказчика, но и предложить варианты по улучшению качества товара, способного повысить конкурентоспособность заказчика. Производитель, используя социально-ответственный маркетинг, стремится не только выполнить полученный заказ, но и показать дополнительные возможности более качественного товара, о которых заказчик ранее даже не подозревал. Принципы социально-ответственного маркетинга позволяют показать, стремится ли руководство предприятия максимально возможно удовлетворить, в том числе, и скрытые потребности заказчика или же рассчитывает выполнить только потребности, о которых заказчик сообщил исполнителю заказа (производителю).

Анализируя опыт внедрения нового оборудования и технологий производства в Украине за последние 20 лет, следует отметить, что приобретение нового оборудования без комплексного технологического обеспечения не повышает конкурентоспособность выпускаемого товара на рынке. Повышение привлекательности товара происходит в основном за счет применения системного подхода в процессе технического перевооружения предприятия, т.е. согласованности со всеми подразделениями предприятия. В данном процессе социально-ответственный маркетинг (удовлетворение потребностей общества в качественном и безопасном товаре) выступает в качестве критерия эффективности.

В начале 2000-х годов украинские машиностроительные предприятия столкнулись с проблемой модернизации собственных производственных мощностей после десятилетнего простоя. Многие предприятия не способны

были производить конкурентоспособный товар на имеющемся у них оборудовании.

При проведении модернизации многие специалисты (в силу того, что начинали работать в советские времена) оттапливались от советского опыта модернизации производства, согласно которому эффективная модернизация возможна при условии покупки зарубежных технологий или целых производств. При этом внедрение отдельных разработок ученых, которые не апробированы и требуют дальнейших исследований и доработок, как правило, не приносит положительных практических результатов, а направлены в основном для отчетности перед курирующим Министерством о проведении совместных работ с научно-исследовательскими организациями.

В современных условиях рыночной экономики предприятию для повышения конкурентоспособности своего товара необходимо значительно повысить качество производимого товара при минимальной себестоимости, а это влечет значительное повышение производительности производства. Понимая это, руководство предприятий ориентируется на приобретение готового оборудования, которое можно перед покупкой испытать.

Показательным в этом направлении является опыт технического перевооружения ПАО «ФЭД», которое относится к предприятиям авиационной промышленности. Продукция предприятия – сложнейшие агрегаты гидро- и топливрегулирующей аппаратуры, применяемые на всех типах летательных аппаратов, которые выпускаются как в Украине, так и в странах ближнего и дальнего зарубежья. В начале 2000-х годов, основные заказчики ПАО «ФЭД» поставили в ультимативной форме требование по значительному повышению качества производимой продукции. Невыполнение этого требования за счет приписывания производимой продукции завышенных технических характеристик могло привести к раскрытию этой махинации и нарушению принципов социально-ответственного маркетинга еще на этапах испытаний, и грозило бы полным бойкотом предприятия со стороны всех производителей авиатехники. Для исключения банкротства руководство ПАО «ФЭД» приобрело современный на тот момент расточный станок HERMLE.

Приобретенный зарубежный станок был одним из первых на территории Украины, и опыта его запуска у отечественных предприятий не было. Предложение поставщика станка о проведении технико-экономического анализа деятельности предприятия, подборе оптимальной спецификации станка, снабжении его максимально подходящим инструментом, внедрении современного программного обеспечения, обучении сотрудников предприятия работе на станке, было отвергнуто руководством ПАО «ФЭД», поскольку эти мероприятия требовали дополнительных затрат. Было принято решение запустить новый станок в производственный процесс своими силами.

В течение года предприятие не могло использовать приобретенный станок. Причины, по которым этот станок не смогли ввести в эксплуатацию, следующие:

1. Отсутствие специалистов по программированию современных станков с ЧПУ, поскольку станки нового типа требуют написания управляющих программ

в языке G M кодов. На момент появления на рынке таких станков специалистов, владеющих данным языком программирования, в стране было очень мало. В ВУЗах отсутствовали учебные курсы по обучению студентов данному языку программирования.

2. Слабо развитый рынок импортных металлорежущих инструментов. Зарубежные станки предназначены для работы на повышенных режимах резания, т.е. в диапазоне высокоскоростной обработки (скорость резания 250 м/мин и более), где возможно достижение экономического эффекта. Это требует использования зарубежного инструмента, который предназначен для работы на повышенных режимах резания. В момент приобретения станка HERMLE на отечественных предприятиях практически не использовался зарубежный инструмент, обработка осуществлялась с помощью отечественного инструмента, который не предназначен для высокоскоростной обработки. При установке на новый станок HERMLE отечественного инструмента показатели выполнения операции были очень низкими, что не позволило полностью использовать потенциал станка, следовательно, получить экономический эффект.

3. Отсутствовало понимание о приоритетности загрузки станка. Технологи старались загрузить станок обработкой всевозможных деталей. Главная задача – минимум простоев оборудования. В результате на новом станке обрабатывались детали, которые можно обработать на отечественных станках с такими же режимами резания и с таким же уровнем качества.

После приобретения станка HERMLE предприятию потребовалось более года на то, чтобы разработать методы его эффективного использования. Была привлечена организация, специализирующаяся на внедрении новых технологий и инструментов – “Фирма “ДиМерус Инженеринг” ООО. Обладая опытом использования подобного оборудования за рубежом, эта инжиниринговая фирма помогла запустить станок, и предприятие получило значительный экономический эффект от его применения.

Список использованных источников:

1. Гринькова В. М., Новікова М. В. Процес підготовки реструктуризації підприємств машинобудування: організація управління: монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. 240 с.

**ПОТАПОВА Н.А., к.е.н., доцент,
доцент кафедри моделювання
та інформаційних технологій в економіці,
Вінницький національний аграрний університет**

ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Інформаційна логістика є функціональною складовою логістики підприємства, що оптимізує потокові процеси руху інформації в ланцюгу постачання продукції, товарів та послуг. Інформаційна логістика наскрізно

функціонує в межах розробленої бізнес-системи підприємства та створює середовище для додаткових матеріальних і інформаційних ресурсів [1].

Основним об'єктом управління інформаційної логістики є інформаційні потоки. У процесі виробництва інформаційні потоки функціонують на різних управлінських рівнях організаційної структури. При цьому вони трансформуються та перетворюються, залежно від матеріальних потоків, супроводом яких вони виступають в логістичній системі.

Інформаційна логістика оперує обсягами інформації, що формуються в середині процесів переміщення, складування та реалізації продуктів (товарів, робіт та послуг) на підприємстві. При цьому інформаційний супровід має забезпечувати часові режими виконання поставок, контролінг та моніторинг за переміщенням ресурсів.

Структуру інформаційної логістики підприємства визначає логістична інформаційна система, яка в цілому об'єднує окремі функціональні підсистеми логістичної діяльності. Таким чином, виникає інтегрована модель єдиної логістичної системи підприємства. Існує вертикальна та горизонтальна інтеграція. Горизонтальна інтеграція – є об'єднанням процесів між окремими комплексами завдань у диспозитивних і виконавчих системах (функціонує шляхом передачі горизонтальних інформаційних потоків). В системі менеджменту горизонтально інтегрованими виступають підсистеми постачання, виробництва та збуту. Цим самим відбувається поєднання, забезпечення та супровід матеріального потоку (інформацією через її обробку) в ланцюзі надходження сировини до збуту готового продукту. Горизонтальна інтеграція є ланцюгом, що забезпечує взаємодію завдань пов'язаних із просуванням матеріальних та товарних потоків із загальною стратегією підприємства, зокрема плануванням та управлінням виробництвом.

Вертикальна інтеграція обумовлена прямими та зворотними зв'язками від нижчого рівня управління до вищого, забезпечуючи останньому всебічну інформаційну підтримку управлінських рішень стосовно окремих ланок виробництва та адаптацію до змін [2, 3].

Функціонування інформаційної логістики на підприємствах обумовлено наступним:

1. Необхідністю забезпечення управлінських процесів відповідним рівнем насиченості даними;
2. Зменшенням ступеня невизначеності при оцінках попиту на різних рівнях логістичного ланцюга.
3. Адаптаційними властивостями до змін конкурентного середовища.
4. Забезпеченням повноти контролінгу в точках управління по всьому контуру логістичної системи.
5. Оптимізацією витрат за рахунок впровадження сучасних інноваційних рішень інформаційних технологій.

З розповсюдженням цифрової економіки в інформаційній логістиці запроваджено нову стадію розвитку на засадах використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в межах цільових бізнес-інженерних схем та процесів. Такими напрямками, електронна логістика та смарт-логістика.

Електронна логістика – це підсистема менеджменту щодо прогнозування, планування, прийняття рішень, координації та контролю електронних інформаційних потоків за допомогою інформаційно-телекомунікаційних систем і технологій із застосуванням математичних методів і моделей на макро-, мезо-, мікроекономічному рівнях [4]. Електронна логістика обумовлена формою представлення даних та стандартами щодо їх обміну. На відміну від логістичної системи, електронна логістика не має чітких меж окремого підприємства, а функціонує у певному інформаційному середовищі визначеному інформаційними комунікаціями. Разом з цим, можливе створення локальної системи (замкненого контуру) саме у межах одного підприємства, маючи при цьому можливість виходу до зовнішнього середовища. Слід зазначити, що саме електронна логістика є одним із засобів входу до глобальної економічної системи та ринків. Основними завданнями електронної комерції в логістиці є: відслідковування бізнес-процесів; управління запасами в Internet-магазинах, торговельних майданчиках; створення комфортних умов сервісу для стимулювання попиту клієнтів; управління автопарком та кур'єрською службою [5].

Одним із різновидів електронної логістики є смарт-логістика. Смарт-логістика – це логістика, функціонування якої будується на смарт-підході в управлінні оптимальними ресурсними потоками з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій [6]. В логістиці смарт-підхід, направлений на оптимізацію управління потоками згідно з деревом цілей з використанням інформаційно-комунікаційних засобів. Кінцева мета – створення наскрізних "точних" ланцюгів постачання. Концепція реалізації смарт-логістики на підприємстві ґрунтується на необхідності забезпечення процесів обробки та збереження даних любых масштабів.

Таким чином, впровадження сучасних інформаційних технологій в логістиці зумовили появу нових напрямів на системних підходах щодо управління ланцюгами постачання. Їх розвиток стимулює не тільки діяльність окремих напрямів цифрової економіки, а й створює сприятливі умови для функціонування процесів управління всередині підприємства з метою оптимізації наскрізного руху ресурсних потоків.

Список використаних джерел:

1. Волонтир Л. О. Інформаційна логістика бізнес-структур малих підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Випуск 34. С. 198-202.
2. Качуровський В. Є. Інформаційна логістика. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка" "Логістика"*. 2010. № 690. С. 53 – 59.
3. Потапова Н. А. Формування підсистеми управління взаємодією з клієнтами у збутовій агрологістиці аграрних підприємств. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка" "Логістика"*. 2017. № 863. С. 150 - 159.
4. Скілько В. І. Електронна логістика як складова сучасного бізнесу. *БІЗНЕС ІНФОРМ*. 2014. № 7. С. 309-314.
5. Качуровський С. В. Сучасні тренди E-COMMERCE в логістиці. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка" "Логістика"*. 2018. № 892. С. 100-105.

6. Потапова Н. А. Смарт-логістика: концептуальні засади та практика реалізації. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка" "Логістика"*. 2018. № 892. С. 179-189.

ТИМЧЕНКО М.М.*, студентка,
5 курс, група МРДК-01/18,
Київський університет ринкових відносин

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОСУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ НА НОВІ РИНКИ ЗБУТУ

Відомо, що на Україні, також як в країнах СНД, великою проблемою завжди було і залишається в даний час поширення інновацій і доведення їх до споживача

Інновації ще не мають вирішального значення для розвитку економічної діяльності і забезпечення економічної стабільності держави, хоча інноваційна діяльність є сьогодні чи не найважливішою умовою створення конкурентоспроможних товарів та послуг як фактора зростання економіки нашої країни і держава повинна здійснювати пряме фінансування інноваційних проектів, стимулювати інвестиції в інноваційні проекти з боку приватних і державних підприємств через створення пільгових умов для тих підприємств, які впроваджують прогресивну техніку і технології, а також займаються науково-дослідною діяльністю. Проведення інноваційних заходів у складних умовах сучасної економічної ситуації об'єктивно пов'язане зі значними труднощами та фінансовими ризиками. Аналіз статистичних даних свідчить, що фінансові труднощі найбільше впливають на процес науково-технічного розвитку виробництва. Негативний вплив на інноваційну діяльність зовнішніх факторів посилюється дією внутрішніх негараздів господарювання – той самий «чиновник» у системі управління, а також відставання організації виробництва від розвитку умов та потреб ринкового середовища.

Також в Україні на даний час відсутні достовірні схеми, чи адекватні сучасним умовам методи оцінювання інноваційного потенціалу. Через це багато наших підприємств у процесі приватизації втрачають вдвічі, а то і втричі від своєї реальної вартості.

У 2017 р. інноваційною діяльністю займалося 16,2 % із загальної кількості промислових підприємств із середньою кількістю працівників 50 осіб і більше. На інновації підприємства витратили 9,1 млрд грн. Зокрема, на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 5,9 млрд грн (64,7 % загального обсягу інноваційних витрат), на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки – 2,2 млрд грн (23,8 %), на придбання інших зовнішніх знань (придбання нових технологій) – 21,8 млн грн (0,2 %). Основним джерелом

* Науковий керівник – д.філ.(в обл. ек.) Семерей Ж. В.

фінансування інноваційних витрат залишаються власні кошти підприємств – 7704,1 млн грн. Обсяг коштів вітчизняних та іноземних інвесторів становив 380,9 млн грн, кредитів – 594,5 млн грн, державного і місцевих бюджетів – 322,9 млн грн.

У 2017 році інновації впроваджували 88,5 % підприємств, які займалися інноваційною діяльністю, з них інноваційні види продукції – 53,3 %, нові технологічні процеси – 67,9 %.

У 2017 році 59,3 % підприємств, які здійснювали інноваційну діяльність, реалізували інноваційної продукції на 17,7 млрд грн. Серед таких підприємств 39,8 % експортували її на 5,5 млрд грн. Майже кожне четверте підприємство реалізовувало нову для ринку продукцію, обсяг якої становив 4,5 млрд грн (на експорт – 41,5 %). Значна кількість підприємств (83,8 %) реалізувала продукції, що була новою виключно для підприємства, на 13,2 млрд грн (27,7 % поставок такої продукції було за кордон).

Статистика показує, що вітчизняні підприємства виробляють і реалізують інноваційну продукцію на ринку в загальному обсязі реалізації не більше 10 %, в той час як у розвинених країнах обсяг реалізації такої продукції становить до 70 %. Це говорить про те, що існує проблема розробки такої методології створення і поширення нововведень, яка повинна містити не тільки етапи їх створення і виробництва, а й визначення споживчої цінності та доведення її до споживача. Для вирішення цієї проблеми багатьма західними фірмами розробляються бізнес-моделі просування нових товарів на ринок і доведення їх до споживачів.

Маркетингова діяльність за кордоном охоплює не тільки збут, але практично усі функціональні сфери діяльності. Фактично – це ринково орієнтоване керування підприємством у закордонних умовах.

Міжнародний маркетинг має справу з безліччю ринків, між якими існують значні відмінності. Кожний ринок унікальний, а відтак повинен оцінюватись окремо. Незнання культурного середовища знижує шанси фірми на успіх.

Можлива політична невизначеність; нестабільність уряду, соціальна напруженість і навіть збройні конфлікти. В таких випадках можливі конфіскація власності іноземної фірми, блокування її валютних резервів тощо.

Імпортні обмеження використовуються для підвищення національної самозабезпеченості і можуть бути ерешкою для транснаціональної фірми.

Валютні обмеження. Часто країна встановлює ліміти на величину одержуваних та інвестованих активів, котрі можуть бути вилучені з цієї країни. Такий валютний контроль звичайно встановлюється країнами, які відчувають проблеми з платіжним балансом.

Перешкоди, пов'язані зі складністю одержання інформації для визначення нинішнього і потенційного споживання товарів і послуг у тій чи іншій країні. Особливо це стосується менш розвинутих країн і країн, що розвиваються.

Так, найпоширенішим обмеженням є й митний тариф, що являє собою податок, яким іноземний уряд обкладає товари, які завозять в його країну з метою або збільшення надходжень у бюджет (фіскальний тариф), або захисту інтересів вітчизняних фірм (протекціоністський тариф). Крім того,

застосовуються квоти, тобто кількісні обмеження товарів, що завозяться в країну. Цілями квоти є збереження іноземної валюти, захист місцевої промисловості і захист зайнятості. Граничною формою квоти є ембарго, при якому окремі види імпорту повністю забороняються. Фірма може зіткнутися з деякими нетарифними бар'єрами:

- обмеження в праві власності: вимога уряду, щоб основна частина власності компанії, що функціонує в конкретній країні, перебувала в руках громадян цієї країни;
- персональні обмеження: вимога, щоб основна частина персоналу іноземної фірми була місцевими мешканцями;
- встановлення виробничих стандартів, дискримінаційних щодо певних товарів.

Однією з пріоритетних шляхів подолання проблем просування вітчизняних товарів на зовнішні ринки вбачаю найширше залучення держави і її інструментів в ці процеси, зокрема налагодження тісних стосунків з потенційними країнами-партнерами та зменшення потенційних бар'єрів для вітчизняних компаній. Також важливу роль відіграє створення національного експортно-кредитного агентства та активного сприяння наших представництв закордоном (посольств) вітчизняним компаніям, які бажають вийти на зовнішні ринки. Ще одним інструментом вважаються стимули і пільги (податкові, тарифні, кредитні та ін.) для компаній, котрі залучатимуть валютну виручку від своєї зовнішньоекономічної діяльності, що в свою чергу вплине на позитивний вектор торгівельного балансу нашої держави.

Список використаних джерел:

1. Сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Про інвестиційну діяльність: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
3. Про інноваційну діяльність: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
4. Нянко В. М. Інноваційний маркетинг на підприємствах України. Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка», 2014. № 5. С. 228-231.

ТОКМАН Д.А., студент,
*спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Донецький національний технічний університет*

СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНОМУ ЕЛЕКТРОННОМУ БІЗНЕСІ

На сьогоднішній день глобалізація економіки призвела не тільки до популяризації електронних систем і засобів зв'язку, в тому числі і Інтернету, у всіх функціональних областях діяльності суб'єктів господарювання і появи сучасних програмних систем комунікації, але і до того, що вони стали

невід'ємною частиною успішного ведення бізнесу. Так, останнім часом можна простежити тенденцію, коли штат комерційних підприємств все частіше поповнюється фахівцями, найнятими виключно для вирішення різних маркетингових завдань із застосуванням електронних технологій [1, с. 101]. З урахуванням вищевикладеного, не викликає сумніву той факт, що вдале функціонування компаній в новій реальності значною мірою залежить від застосування як звичайного маркетингу, так і від використання спеціальних прийомів і методів роботи в електронному середовищі. У даному випадку мається на увазі формування інноваційного вектора в маркетингу – електронного маркетингу.

Незважаючи на значні (і навіть вражаючі) результати застосування існуючих перевірених та ефективних методів та засобів електронного маркетингу, на сучасному етапі, він зазнає значних модифікацій і вдосконалюється. Ці зміни настільки істотні, що і електронний маркетинг кардинально оновлюється. В даний час для професійних маркетологів виникає проблема усвідомлення та систематизації інноваційних форм віртуальної комунікації, ефективного застосування їх в маркетинговій діяльності. Досвід країн з високим проникненням електронних технологій свідчить про зростання ролі цього аспекту – в області промислового маркетингу віртуальні комунікації є необхідною умовою конкурентоспроможності суб'єктів господарювання [2, с. 121].

Таким чином, сучасний електронний маркетинг вимагає постійного і ретельного вивчення його особливостей і характерних рис, дослідження певних його складових, пов'язаних з споживачами, ринком, запитами клієнтів і т. д.

З урахуванням змін парадигми побудови відносин в електронному просторі роль електронного маркетингу зростає і його розуміння зміщується в бік діалогового формату спілкування, орієнтованого на відповідні співтовариства і розробку унікального контексту для кожного з них. При цьому змінюються функції електронного маркетингу від виключно комунікаційних до дослідницьких.

Поширення електронної комерції неминуче позначилося на теорії і практиці маркетингу, змінивши не тільки їх форму, але і зміст. Трансформація таких прикладних дисциплін як менеджмент і маркетинг стала результатом неформальної інституціоналізації нових економічних відносин. Однак для теорії маркетингу це особливо актуально, так як саме маркетинг має справу з зовнішнім ринковим середовищем підприємства.

Разом з тим, практика інтернет-маркетингу поки значно випереджає теорію, інституційні основи якої ще тільки закладаються. Частково ця обставина викликана тим, що Електронна комерція являє собою абсолютно нове інституційне середовище, яке поки мало перетинається з традиційним середовищем економічної діяльності. В цілому інтернет-маркетинг нагадує свого роду Terra incognita, для якої не існує надійних карт, ні єдиної методології наукового дослідження.

Практична реалізація електронного маркетингу забезпечується шляхом створення споживчої цінності товару, тобто надання якісних товарів і послуг відповідно до потреб покупця, яка здійснюється на базі корпоративної

інтегрованої інформаційної системи, що має доступ до світових ресурсів мережі Інтернет.

Інтернет-реклама і електронний маркетинг повинні ґрунтуватися на інших принципах [5, с. 38]. Сучасна базова функція Всесвітньої мережі – комунікативна, друга за важливістю – пізнавальна, наступні функції – розважальна і ділова. Проте інтереси вітчизняної аудиторії у поточному періоді є дещо іншими. Активна аудиторія віддає перевагу таким темам: новини – 64 %; розваги, анекдоти, ігри – 59 %; спілкування, чати – 47 %; інформація про товари і послуги – 40 %; бізнес, фінанси – 37 %. Для максимальної аудиторії характерне таке процентне співвідношення за перевагами: розваги, анекдоти, ігри – 35 %; спілкування, чати – 32 %; новини – 31 %; наука, освіта – 21 % [4].



Рис. 1. Інтереси вітчизняної аудиторії

Таку розбіжність можна пояснити тим, що вітчизняні користувачі Інтернету мають ще порівняно невеликий досвід і тільки вчаться спілкуватися у соціальних медіа.

Отже, найефективнішим буде такий електронний бізнес, який виконує базову функцію і природно вбудований в мережеве життя, тобто задовольняє реальні потреби.

Виникнення електронного маркетингу змінює запити до маркетологів. Передусім від них вимагається усвідомлення глобального масштабу ринку, який є позачасовим, не обмеженим державними, митними та іншими кордонами, з характерними національними і культурними особливостями, а також відрізняється стрімким розвитком НТП. Таким чином, в новому оточенні домінують ключові явища, фундаментальними елементами яких є: технології, економіка і маркетинг. Зазначені тенденції являють собою опору базу, використовуючи яку можна

зрозуміти сутність електронного маркетингу, виділити його оптимальні тактичні і стратегічні прийоми, а також можливості, що відкриваються, прогнозувати результати їх подальшого використання [3, с. 76].

Віртуалізація ринкового середовища в мережевій економіці не могла не позначитися на трансформації маркетингу. Інтернет-маркетинг перетворився з приватного інструменту маркетингових комунікацій в повноцінний маркетинг, здійснюваний у віртуальному середовищі, з усіма притаманними йому атрибутами та інструментами. Разом з тим, віртуальний характер трансакцій трансформував структуру інтернет-маркетингу, його форми і методи, підвищивши їх ефективність і змінивши зміст.

Інституціоналізація інтернет-маркетингу, як складової частини електронної комерції, поки не вийшла за рамки другої стадії інституційного циклу мережової економіки. Однак рутини інтернет-маркетингу і неформальні інститути електронної комерції вже роблять істотний вплив на маркетингове середовище віртуальних економічних відносин.

Список використаних джерел:

1. Вьялбе Е. В., Высоких Т. В. Электронный маркетинг и типы информирования в современном Интернете. *Научный взгляд*. Труды международной научно-практической конференции. Москва, 2015. С. 101-106.
2. Голик В. С., Чжунхуа Л. Концепция использования электронного бизнеса и интернет-маркетинга. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2014. № 5. С. 121-127.
3. Электронный маркетинг. Учебное пособие / Т. П. Данько, Н. Б. Завьялова, Л. П. Дьяконова, О. В. Китова и др. М.: Прогресс, 2003. 147 с.
4. Петрик Е. А. Интернет-маркетинг. Московская финансово-промышленная академия. М., 2004. 299 с.
5. Соколянский В. В., Захарова П. А., Нефедова А. В., Ефремова А. А. Интернет-маркетинг: тенденции развития и методы привлечения потребителей. *Вопросы экономических наук*. 2015. № 1(71). С. 38-43.

ТРУШКИНА Н.В., к.э.н.

старший научный сотрудник,

Институт экономики промышленности НАН Украины

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

В настоящее время повышаются требования к уровню обслуживания, появляются новые критерии к качеству логистического сервиса, то есть возникает необходимость формирования клиентоориентированного подхода как ключевого фактора повышения эффективности функционирования предприятий. В связи с этим предприятия должны решать проблемы увеличения уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, внедрять

инновационные стандарты обслуживания, обучать сотрудников принципам и технологии работы с клиентами, рассматривать их жалобы, налаживать взаимоотношения с потребителями. Все это способствует повышению общей культуры логистического сервиса, который становится стратегическим конкурентным преимуществом предприятий в современных условиях.

Согласно исследованиям компании Booz Allen Hamilton и Института Аспена, в 88 % заявлений о ценностях упоминается именно об интересах клиентов [1]. По оценкам исследовательской группы Technical Assistance Research Program, средняя отдача от инвестиций в качественный сервис для промышленных предприятий составляет 100 %, банковских учреждений – до 170 %, предприятий в сфере розничной торговли – до 200 % [2, с. 16].

Результаты исследований зарубежных ученых показывают, что 5 % роста количества лояльных компаний потребителей сопровождается увеличением прибыли от 25 до 85 % в зависимости от вида экономической деятельности [3]. По расчетам Дж. Коулмана, реализация стратегий, методов и систем для роста лояльности клиентов способствует повышению прибыльности компании на 25-100 % [4]. При этом при правильном внедрении программ лояльности на 15 % увеличиваются объемы продаж, на 20 % – маркетинговый эффект, на 23 % – уровень лояльности к бренду [5, с. 12].

Американские исследователи установили, что 1 % роста индекса удовлетворенности покупателей приводит к 3 % увеличению капитализации компании. Средний кумулятивный эффект прироста рентабельности (на 11,5 % за пять лет) составляет от 1 % ежегодного прироста индекса удовлетворенности потребителей [6].

По экспертным оценкам, затраты на приобретение нового потребителя в 5-10 раз больше, а на возврат потерянного потребителя в 50-100 раз больше затрат на удержание удовлетворенного потребителя. Доказано, что согласно принципу Парето, 80 % прибыли компания получает от 20 % постоянных клиентов, а стоимость привлечения нового клиента в 5 раз выше стоимости удержания имеющегося. Увеличение товарооборота от имеющихся клиентов на 10 % приводит к росту акционерной стоимости компании на 15,5 % [7].

Таким образом, проблемы повышения уровня и качества логистического сервиса на основе формирования клиентоориентированного подхода остаются актуальными и требуют дальнейших исследований.

Одним из современных вызовов организации логистической деятельности является интенсивное развитие цифровых технологий как эффективного инструмента продвижения продукции. Поэтому предприятия уделяют большое внимание технологической составляющей цифровизации бизнеса на основе перехода на «облачное» программное обеспечение, модернизации ИТ-инфраструктуры, формирования цифровых каналов и информатизации бизнес-процессов.

Ключевой вектор цифровой трансформации должен быть направлен на обеспечение клиентоориентированности, что соответствует концепции рыночно-ориентированного менеджмента. Это подтверждается и результатами

проведенного Агентством електронного консалтинга Econsultancy опроса среди компаний [8].

Так, при формировании клиентоориентированного подхода к обслуживанию потребителей компании сталкиваются с рядом проблем, среди которых: препятствие функциональной разобщенности обмену данными (52 %); несоответствие корпоративной культуры требованиям клиентов (39 %); отсутствие технологических платформ, позволяющих управлять данными (35 %); неспособность ИТ-подразделений поддерживать коммуникации с клиентами (28 %); недостаточная компетентность в анализе данных (28 %); фокусирование организаций на продажах, а не на потребителе (28 %).

Как показывают маркетинговые исследования, низкий уровень удовлетворенности клиентов сервисного обслуживания обычно связан с такими причинами, как постоянное перебрасывание клиента от одного специалиста к другому, слабый менеджмент руководства авторизованного сервисного центра, отсутствие мотивации у торгового персонала на постпродажную поддержку и задержки транспортировки товаров в сервис и обратно.

Итак, трансформация логистической деятельности предприятия тесно взаимосвязана с развитием цифровой экономики. Полная ориентация на потребителя достигается за счет организации аккумулирования, структурирования и обмена информацией, а высокий уровень конкурентоспособности в цифровой экономике невозможен без клиентоориентированного подхода к логистическому сервису.

Стремительное развитие цифровых технологий позволяет предприятиям анализировать запросы клиентов, реагировать на них в режиме реального времени и совершенствовать способы маркетинговой коммуникации потребителей с компаниями. Одним из важнейших критериев значимости является скорость в решении проблем клиентов. Например, в сервисный центр Samsung по цифровым каналам сегодня поступает около 25 % всех запросов. И ежегодно их число растет на 30 %. В будущем онлайн-каналы станут основным способом общения с клиентами, а онлайн-чаты заменят call-центры. При этом следует отметить, что уровень логистического обслуживания потребителей в чате достаточно высокий и работа сервиса в таком формате эффективная (так, один сотрудник может одновременно общаться с 4 клиентами) [9].

На основе анализа и обобщения специальной литературы и результатов исследований выявлены основные направления повышения качества логистического сервиса в эпоху цифровой революции:

- необходимость предвосхищения запросов потребителей;
- персонализация продуктов, опыта и общения с помощью цифровых технологий;
- переход на гибкие методы управления;
- трансформация маркетинговой структуры предприятий (появление специалистов по потребительским предпочтениям и обработке данных);
- увеличение количества потребителей, желающих общаться посредством цифровых каналов;

– рост объема трафика в цифровых каналах и сокращение количества телефонного общения с клиентами. Для этого необходимо перестраивать существующую бизнес-модель и обеспечивать мультиканальность в коммуникациях;

– внедрение чат-ботов как одного из самых эффективных способов обеспечения моментальной клиентской поддержки. С их помощью клиенты не только экономят время на посещение сервисного центра, но и получают ответы на вопросы в удобной форме в виде текстового сообщения. В результате использования чат-ботов в сервисе Samsung упростилось дистанционное управление операционными показателями, сократилось количество жалоб клиентов, скорость работы сервиса выросло на 11 %;

– развитие эмпатии, то есть умения сотрудников предприятия посмотреть на себя «глазами» клиентов, поставить себя на их место, понимать их. Установлено, что классическая маркетинговая концепция 4P уже не действует без эмпатии. Поэтому целесообразно применять комплексный клиентоориентированный подход к организации логистического сервиса, сущность которого заключается в изменении внутренней культуры общения в компании, поддержании доброжелательной атмосферы общения и цифрового взаимодействия с потребителями с помощью онлайн-каналов. Все это будет способствовать повышению уровня удовлетворенности потребителей сервисом приблизительно на 3 %.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод. Взаимодействие с потребителями становится приоритетным направлением трансформации логистической деятельности предприятий в условиях цифровизации бизнеса. В современной цифровой среде возрастает роль и значение улучшения качества логистического сервиса с использованием клиентоориентированного подхода. Данный подход означает выстраивание всех бизнес-процессов вокруг потребностей клиентов и рассматривается как инструмент по созданию ценностей для потребителей и использованию цифровых технологий для изменения клиентского опыта.

Список использованных источников:

1. Йон Д. Ли. Пять запретных слов. URL: <https://hbr-russia.ru/management/korporativnyy-opyt/P25591>.
2. Шоул Дж. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество. 5-е изд., перераб. и дополн. Пер. с англ. И. Евстигнеевой. Москва: Альпина Паблишер, 2013. 664 с.
3. Райхельд Ф., Тил Т. Эффект лояльности. Движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности. Пер. с англ. Москва: Вильямс, 2005. 384 с.
4. Коулман Дж. Никогда не теряйте клиента. Превратите любого покупателя в пожизненного клиента за 100 дней. Пер. с англ. М. Чамахидзе-Дорониной. Москва: Библос, 2018. 340 с.
5. Жильцова О. Н. Клиентоориентированность бизнеса. *Ведомости*. 2015. № 48. С. 12-13.

6. Fomell C., Rust R., Dekimpe M. The Effect of Customer Satisfaction on Consumer Spending Growth. *Journal of Marketing Research*. 2010. Vol. 47. No 1. P. 28-35.
7. Schulze C., Skiera B., Wiesel T. Linking Customer and Financial Metrics to Shareholder Value: The Leverage Effect in Customer-Based Valuation. *Journal of Marketing*. 2012. Vol. 76. No 2. P. 17-32.
8. Building a Digital Culture. Best practice guide, 2017. URL: <https://www.econsultancy.com/reports/building-a-digital-culture/>.
9. Нигматуллин Р. На службе цифр и улыбок: как меняются сервисные центры в XXI веке. URL: <https://hbr-russia.ru/innovatsii/trendy/P22311/>.

ЩУР К.А., студентка 4 курсу,
спеціальність «Облік і аудит»,

Київський національний університет технологій та дизайну

ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Цифровий маркетинг є чи не найбільш гнучкою зі сфер бізнесу, яку можна повноцінно виділяти в окрему галузь чи індустрію. Якщо ще недавно при виробництві продукції головними чинниками були нові технології та зменшення собівартості, то сьогодні продажі напряму залежать виключно від маркетингу [1].

Відеореклама

Незважаючи на поточну цінність текстової реклами, в маркетингу більше концентруються на привернення уваги. Онлайн-відео є відмінним способом зробити щось, що відрізняється від масового потоку. Як позитивний приклад можна запропонувати ролик, знятий компанією Thomson Reuters, який розбурхав конференцію ONESOURCE. Реклама за короткий час зібрала понад 200 тисяч переглядів.

Фахівці кажуть, що популярність онлайн відео в кілька разів перевищує популярність кабельного телебачення у підлітків, тому компанії, які орієнтовані на подальший розвиток і процвітання повинні вже зараз створювати довгострокову маркетингову стратегію з урахуванням відеоресурсу, оскільки сьогоднішні тінейджери вже завтра стануть підприємцями.

Природна реклама – нові методи цифрового маркетингу

Незважаючи на те, що Рор-уп відноситься до складу дівастувої реклами, вона ще існує, оскільки традиційні банери драгують ще більше.

Новим і перспективним трендом стала природна (native) реклама – органічно вбудована в контент реклама. Під органічністю мається на увазі те, що користувач її прочитає як частину контенту, а, значить, ефективність, у порівнянні з попередніми видами реклами, збільшиться в кілька разів.

Крім того, результати досліджень доводять максимальну ефективність природної реклами саме на мобільних девайсах, якими все частіше замінюються ноутбуки і класичні ПК.

Природно, що в таких умовах, в цьому році і в наступних, кожен digital маркетолог повинен поміняти фокусування і сконцентруватися на розробці нового типу реклами.

Персоналізований контент

Контент був і залишається центром результативного digital-маркетингу, але на початку поточного року намітилася тенденція розвитку персоналізації для надання ефективного впливу.

Наприклад, онлайн ресурс, призначений для продажу і покупки квитків StubHub, який належить eBay, зробив приріст з продажу на більш ніж 40% відразу після того, як був розроблений персоналізований заклик до дії. Ви вже неодноразово зустрічали рекламу, де в заголовку писало: Оксана, цей товар вже існує в Коломні, і він створений саме для тебе. Ім'я та місто беруться в автоматизованому режимі засобами соціальних мереж.

Розумна реклама Big data

Big data завжди була частиною реклами, але з розвитком технологій все більше цифрових маркетологів оцінюють незаперечні переваги інсайтів про потенційного клієнта, які були недоступні раніше. За допомогою Big data рекламодавець може з максимальною точністю проаналізувати цільову аудиторію, зменшити витрати на створення і розміщення реклами, оскільки відпадає необхідність вкладати гроші в рекламний продукт, спрямований на того користувача, який його не використовує.

Як приклад, можна навести використання проксіміті-маркетингу. Сервіс визначення місця розташування проксіміті-маркетингу здійснюють відстеження потенційних клієнтів через їх мобільні девайси, після чого сам проксіміті здійснює відправку пропозицій або реклами, які зацікавлять клієнтів.

За інформацією IDC, ринок Big data вже в кінці поточного року подолає позначку 100 мільярдів доларів США.

Розвиток спільноти

Раніше формування спільнот навколо брендів або продуктів відбувалося наступним чином: організовувалися форуми і передавалися новини між друзями і рідними. В даний час інтернет-користувачами створюється такий обсяг контенту, який може істотно вплинути на стан того чи іншого бренду на ринку. Додати до поточної ситуації лідируючу думку і бренд стане розкрученим.

Другою стратегією є заохочення блогерів, влоггерів і інших лідерів за надання послуг по організації обговорень бренду. Якщо створити «секту свідків бренду», то товару чи послуги може бути забезпечена довготривала популярність, а вкладення в рекламу будуть відпрацьовані [2].

Список використаних джерел:

1. Астахова І. Е. Маркетинг: навч. посіб. / Харківський національний економічний ун-т. Х.: Вид. ХНЕУ, 2006. 208 с.
2. Цифровий маркетинг. URL:<http://monetary-flow.com/tsifroviy-marketing-2018-2020-v-prognoz-rozvitku/>

Секція V. Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика в контексті інтеграції України у міжнародний інформаційний простір

БОЙКО В.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки,
Національний транспортний університет

КУЙМОВА А.С., аспірант,
Національний транспортний університет

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА СТІЙКІСТЬ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стійкість підприємства залежить від сукупності факторів на різних стадіях його життєвого циклу, які характеризуються змінами економічної політики підприємства відповідно до поставлених цілей його діяльності. Забезпечення ефективного функціонування на кожній стадії передбачає підтримку рівноваги із зовнішнім середовищем, тобто адаптацію до зовнішніх змін. На стадії створення управлінські дії на підприємстві спрямовані на забезпечення виживання, створення стійких конкурентних переваг для довгострокового розвитку, і стійкість є результатом сформованого або придбаного (при купівлі одного підприємства іншим) запасу ресурсів. З виходом на ринок транспортних послуг підприємство переходить до другої стадії – «зростання» і як система виходить із стану рівноваги. Головною метою управління є підтримка і розвиток стійкої конкурентної переваги з урахуванням впливу внутрішніх і зовнішніх факторів на елементи стратегії розвитку. На стадії життєвого циклу «стабілізація» завданнями управління є підтримка сформованого рівня стійкості, вибір методів попередження негативного впливу факторів на її рівень, аналіз варіантів подальшого розвитку підприємства. Стадія життєвого циклу «скорочення» передбачає пошук шляхів уникнення банкрутства, подальшого довгострокового розвитку підприємства (перехід на новий цикл розвитку). На стадіях життєвого циклу увага повинна приділятися виявленню і оцінці тих факторів, які найбільш суттєво впливають на відхилення показників і результатів діяльності підприємства від нормативних чи планових значень.

Слід зазначити, що різні фактори відіграють різну роль і мають різне значення для підвищення стійкості підприємства. Для виявлення ролі окремих факторів необхідно згрупувати їх за певними ознаками. Фактори впливу на стійкість автотранспортного підприємства можна класифікувати за наступними ознаками: за місцем виникнення (внутрішні, зовнішні), за способом впливу (прямі, непрямі), за тривалістю впливу (постійні, тимчасові), за ступенем впливу

(суттєві, несуттєві), за спрямованістю впливу (стабілізаційні, дестабілізаційні), за рівнем впливу (регіональні, національні, міжнародні), за сферами прояву (економічні, соціальні, екологічні).

Традиційною є класифікація факторів стійкості за місцем виникнення на внутрішні та зовнішні [1, 2, 3, 4, 5, 6]. Внутрішні фактори діють у внутрішньому середовищі підприємства, відображають вплив дії внутрішніх процесів на формування стійкості підприємства, їх, як правило, можна контролювати в інтересах підвищення ефективності діяльності. Зовнішні фактори впливають на управлінські дії, але не контролюються підприємством.

Внутрішні фактори можна виокремити за функціональними підсистемами автотранспортного підприємства: техніко-технологічною, фінансовою, маркетинговою, організаційною, кадровою.

До факторів зовнішнього середовища належать: макроекономічні, політичні та правові, соціально-культурні, науково-технічні, природні, ринкові та міжнародні [1, 2, 3, 4, 5, 6].

За способом впливу зовнішні фактори поділяються на фактори прямої і непрямой дії [4, 5, 6]. Якщо передбачається наявність безпосереднього причинно-наслідкового зв'язку між факторами впливу на стан підприємства та потенційними наслідками реалізації, то такі фактори – зовнішні фактори прямої дії. До сфери прямого впливу відносять взаємовідносини з постачальниками, споживачами та конкурентами. Непрямі фактори – наявність безпосереднього причинно-наслідкового зв'язку не є очевидною. До сфери непрямого впливу відносять економічну і політичну стабільність, науково-технічний прогрес, стан світового ринку, соціально-культурні та інші фактори.

В деяких джерелах до факторів непрямой дії відносять також взаємовідносини з посередниками, контактними аудиторіями [6]. В якості посередників можуть виступати транспортно-експедиційні компанії і фірми, які надають інформацію про знаходження вантажу і автотранспортних засобів; маркетингові посередники в реалізації транспортної послуги, які надають консалтингові, інформаційні, рекламні послуги; фінансові посередники, які забезпечують рух фінансових потоків (банки, кредитні і страхові організації). Контактними аудиторіями є всі ті, хто можуть вплинути на результати діяльності підприємства: засоби масової інформації, які формують в суспільстві певне уявлення про підприємство і його діяльність; державні установи, суспільні організації.

Зовнішні фактори за рівнем впливу (розміром території, на яку вони розповсюджуються) можуть бути регіональними (охоплюють певні території, географічні зони з чітким контуром), національними (діють в усіх галузях національної економіки: фінансова та кредитна політика, інфляційні процеси, змінення курсу валют), міжнародні (виходять за межі окремої країни: зростання цін на сировину, світова економічна криза).

За тривалістю впливу на стійкість підприємства розрізняють фактори постійного впливу, який супроводжує підприємство протягом всього періоду його життєвого циклу, і тимчасового впливу, що діють в певні короткострокові періоди.

За спрямованістю фактори поділяються на стабілізаційні (позитивний вплив на стійкість підприємства) і дестабілізаційні (негативний вплив на рівень стійкості).

Залежно від ступеня впливу на стійкість розрізняють групи факторів, які здійснюють суттєвий вплив (потребують детального вивчення і оцінки), і несуттєвий вплив (необхідність аналізу таких факторів мінімальна).

За сферами прояву відповідно до трьох підсистем стійкості підприємства, які виділяються в межах концепції стійкого розвитку, розрізняють економічні, соціальні та екологічні фактори впливу.

Стійкість підприємства повинна забезпечуватись на основі обліку впливу факторів зовнішнього середовища і змін в діяльності підприємства з метою підвищення ефективності функціонування і безперервного розвитку. В своїй діяльності автотранспортні підприємства повинні враховувати сучасну концепцію стійкого розвитку, за якою діяльність підприємства спрямовується на забезпечення економічного розвитку, врахування потреб суспільства та охорону навколишнього середовища. Отже, оцінка стійкості автотранспортних підприємств повинна передбачати аналіз стабілізаційних і дестабілізаційних факторів економічної, соціальної та екологічної складових стійкості підприємств.

Список використаних джерел:

1. Аксенов П. В. Обеспечение устойчивого развития промышленного предприятия на основе стратегических конкурентных преимуществ: дис. ... кандидата экон. наук: 08.00.05. М., 2016. 214 с.
2. Гродинская А. Н. Разработка экономико-организационного механизма устойчивого развития предпринимательских структур: дис. ... кандидата экон. наук: 08.00.05. Санкт-Петербург, 2016. 158 с.
3. Зингер О. А., Ильясова А. В. Факторы, влияющие на устойчивое развитие промышленных предприятий. *Современные проблемы науки и образования*. 2015. № 1-1. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=18044> (дата обращения: 29.10.2018).
4. Карт А. М. Риск-менеджмент в системе обеспечения экономической устойчивости компаний: дис. ... кандидата экон. наук: 08.00.05. М., 2014. 165 с.
5. Смолякова О. М. Теоретичне та методичне забезпечення оцінювання економічної стійкості підприємства: дис. ... кандидата ек. наук: 08.00.04. Х., 2016. 219 с.
6. Экономика автомобильного транспорта: учеб. пособие для студ. высш. учеб. зав. / [Будрин А. Г., Будрина Е. В., Григорян М. Г. и др.]; под ред. Г. А. Кононовой. М.: Издательский центр «Академия», 2005. 320 с.

ВАСИЛЬЦОВА С.О., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки і маркетингу,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ У СИСТЕМІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

Організація виробництва як одна з функцій управління господарством немислима без використання економічного аналізу. Без економічного аналізу того, що вже зроблено, що робиться і що намічається до використання, неможливо правильно організувати виробництво і керувати ним. Економічний аналіз дозволяє оцінити досягнення підприємства, підрозділів або робітників. Щоб подолати господарські недоліки, спрямувати роботу в потрібне русло, також необхідний економічний аналіз. Глибокого аналізу потребує і такий важливий принцип господарського розрахунку, як режим економії.

Крім функціональної залежності між економічними показниками може бути і ймовірна залежність, характерна тим, що крім досліджуваних основних чинників на даний показник впливають і побічні чинники, виділити і виміряти дія яких методологічно не завжди можливо. Такі зв'язки вивчаються за допомогою кореляційного і регресійного аналізу, що спирається на математику. В економічному аналізі нерідко застосовують економіко-математичне моделювання.

Важливе місце займає аналіз у розвитку наукової теорії управління, яка відрізняється важкістю функцій і елементів. Кожна безпосередньо громадська чи спільна праця потребує управління, яке встановлює узгодженість між індивідуальними роботами і виконує загальні функції, що виникають з руху усього виробничого організму. Усі управлінські рішення незалежно від строків повинні бути обґрунтованими, мотивованими, оптимальними, і велику допомогу тут повинен зробити економічний аналіз, який пов'язаний зі складовими системи управління (плануванням, організацією, регулюванням) і основними його принципами (демократичний підхід, однастайність, індивідуальна відповідальність та ін).

З переходом до ринкових відносин роль, зміст і сутність додатків системи та принципу в управлінні зросли і проявляються в тій чи іншій мірі при використанні форм і методів економічного аналізу.

Управління економікою та її організація неможливі без обґрунтованої програми маркетингу, а розробка та реалізація таких програм пов'язана з аналітичними розрахунками:

- Аналізом стану ринку;
- Аналізом впливу на економіку підприємства зовнішнього і внутрішнього середовища;
- Аналізом ринкових цін;
- Аналізом комерційних можливостей підприємства.

Зв'язки економічного аналізу з іншими дисциплінами носять локальний характер. Так, зв'язок економічного характеру з фінансами проявляється при аналізі балансу доходів і витрат, використання банківських кредитів. У цих випадках економічний аналіз будується з урахуванням знання основних положень курсу «Фінанси та кредит». При аналізі забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами виникає зв'язок з курсом «Право», так як необхідно використовувати основи законодавства за договірними зобов'язаннями.

Таким чином, економічний аналіз, займаючи відособлене місце в системі економічних наук, нерозривно пов'язаний з іншими суміжними дисциплінами, спирається на них, доповнюється і збагачується знаннями, отриманими під час їх вивчення.

Достовірність та об'єктивність аналітичних досліджень передбачають використання вірогідної інформації, брак арифметичних помилок у розрахунках, правильне застосування методики розрахунку окремих показників та впливу окремих факторів.

Доречність та своєчасність аналітичної інформації визначають її вплив на прийняття управлінських рішень користувачами. Своєчасна та доречна інформація дає можливість оперативно оцінити минулі, теперішні чи майбутні події та вжити необхідних заходів для виправлення ситуації або її поліпшення. Дані аналізу мають не просто констатувати факти минулих подій та давати їм оцінку, а насамперед служити інформацією для прогнозування господарських подій, майбутнього фінансового стану підприємства, його фінансових результатів. Принцип доречності передбачає також брак зайвої інформації, яка не потрібна для прийняття управлінських рішень.

Діяльність підприємств включає багато складових: виробництво і реалізація продукції, її собівартість, забезпеченість трудовими, матеріальними і фінансовими ресурсами і характер використання їх, фінансові результати роботи, фінансовий стан підприємства та інвестиційна його діяльність. Це і є об'єкти аналізу, через які розкривається його предмет.

Однією з найважливіших особливостей методу економічного аналізу є використання системи показників для вивчення господарських явищ та процесів. Адже економічний аналіз спроможний дослідити лише ті економічні явища, які відображено в певних економічних показниках, що мають числову характеристику. Наприклад, такі властивості продуктів харчування, як смак, колір, запах, корисність, не мають об'єктивної числової характеристики, а для того, щоб вони могли стати об'єктом дослідження в економічному аналізі, потрібно спочатку розробити відповідну систему показників даних властивостей, виражених у балах. Система економічних показників базується, як правило, на системах та підсистемах економічної інформації, проте не виключено, що в ході самого аналізу виникатиме потреба в розрахунку нових показників.

Інша характерна особливість методу економічного аналізу – вивчення причин, що вплинули на зміну тих чи інших економічних показників. Ураховуючи, що економічні явища обумовлено причинно-наслідковою залежністю, головним завданням аналізу є розкриття та вивчення цих причин

(факторів). На господарську діяльність підприємства, навіть на окремо взятий показник, можуть впливати численні фактори. Визначити та вивчити абсолютно всі причини дуже складно, та й не завжди доцільно. Завдання полягає в тому, щоб знайти те найсуттєвіше, що найбільше впливає на той чи інший показник. Отже, обов'язковою умовою правильного аналізу є економічно обґрунтована класифікація причин, що вплинули на господарську діяльність підприємства та її результати.

До характерних особливостей методу економічного аналізу належить і визначення та вимірювання взаємозв'язку між об'єктивними економічними показниками. Іноді нехтування таким взаємозв'язком може призвести до некоректних висновків, а подеколи зробити аналіз узагалі неефективним. Тому в економічних дослідженнях жодне явище не може бути правильно інтерпретоване, якщо воно розглядається ізольовано, без зв'язку з іншими. Не можна також на основі окремо взятого явища робити загальні висновки про тенденцію розвитку об'єкта в цілому. Такий підхід призводить, як правило, до фальсифікованих висновків. Однак це зовсім не виключає можливості та необхідності логічного виокремлення певних явищ у процесі економічних розрахунків.

Важливими елементами є визначення об'єктів аналізу та системи показників, за допомогою яких буде вивчатись кожен з об'єктів аналізу.

Щодо перспектив розвитку економічного аналізу доцільно звернутись до тих його методичних і організаційних засад, які протягом десятків років формувалися у США.

Вирішення актуальних проблем аналізу потребує широкого застосування економіко-математичних методів, електронно-обчислювальної техніки й персональних комп'ютерів. Це дасть змогу скоротити протяжність інформаційних потоків, знизити ймовірність помилок під час добору й передавання даних.

Дуже важливим є розроблення багатоваріантних розв'язань аналітичних задач та методика вибору з них того варіанта, який буде оптимальним для заданих параметрів. Адже всі показники господарської фінансової діяльності підприємства перебувають у взаємозв'язку і взаємозалежності, яку необхідно обов'язково враховувати при проведенні комплексного аналізу.

Список використаних джерел:

- 1 Братанич М. В., Полозова Т. В. Визначення сутності економічної ефективності та класифікація її видів. *Економіка промисловості*. 2010. № 4. С. 153-155.
- 2 Лобай Р. Р. Теоретичні підходи до визначення ефективності економічної діяльності. *Ефективність державного управління*. 2013. Вип. 36. С. 353-361.
- 3 Іванілов О. С. Економіка підприємства. Підручник / ХДТУБА. Харків, 2008р. 702 с.
- 4 Іваненко В. М. Курс економічного аналізу. К.: Знання-ПРЕС, 2000.
- 5 Ковалев В. В., Волкова О. Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятий. М.: Проспект, 2000.

- 6 Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств. К.: Т-во «Знання», КОО, 2000.

ГЕТЬМАН А.Л., *магістрант,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

БОЙКО Л.О., *к.с.-г.н., доцент,
доцент кафедри економіки та фінансів,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СІЛЬСЬКИХ ЖІНОК НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Сьогодні роль жінки в суспільстві радикально змінилася. Здається, зараз їй можна все: народжувати дітей, працювати, навчатися, водити авто, відвідувати світські заходи та сперечатися з чоловіками, але це все не про жінок які мешкають в сільській місцевості.

Соціально – економічні умови, що склалися на селі, впливають на життя людей які там проживають, основний тягар якого лягає на плечі жінки. У сільській місцевості проживає – понад 7 млн жінок, і більшість з них потерпають від безробіття, домашнього насилля, швидко спрацьовуються та старіють.

Жінки у сільській місцевості мають багато обов'язків, пов'язаних з сім'єю та домашнім господарством – значно більше, ніж жінки у містах. Серед основних проблем зайнятості сільських жінок, соціологи вказують низьку оплату праці (нижчу, ніж у чоловіків); невідповідність отриманої освіти потребам ринку праці у сільській місцевості; незацікавленість роботодавців брати на роботу молодих жінок або жінок із дітьми; нерозвиненість мережі дитячих закладів; недотримання роботодавцями (особливо у приватному секторі) норм робочого часу та обмежень на виконання важких робіт жінками; гендерні стереотипи щодо того, що жінка повинна займатися, в основному, господарством та сім'єю, а не виявляти професійну або підприємницьку активність [1].

Більшість жінок, що проживають у сільській місцевості, зайнято у тваринництві, птахівництві, рослинництві, тобто у тих галузях, де рівень механізації, автоматизації праці надзвичайно низький. Як правило, жінки виконують некваліфіковану роботу, працюють вночі, сезонно, мають ненормований робочий день. Такі умови праці, переобтяженість не тільки негативно позначаються на здоров'ї жінки і скорочують її життя, але і майже не залишають жінці часу для сім'ї та виховання дітей [2, 3].

Важливим чинником «подвійного навантаження» жінок аграрної сфери виступає особисте підсобне господарство та хатня робота. Щоденні затрати їхньої праці на селянському подвір'ї становлять понад три години. Зокрема,

витрати праці жінок працездатного віку (залежно від розміру присадибних ділянок, розвитку тваринництва, регіональних природно-кліматичних умов ведення сільського господарства) коливаються в межах від 1,8 до 4 годин на добу [4]. Ще одна з проблем надмірної зайнятості сільських жінок є недостатність дитячих садків: це підтверджується статистичними даними: у 2017 р. рівень охоплення ДНЗ дітей віком 3–5 років по міських поселеннях коливається у межах 83 %, по сільській місцевості – 32 %. При такому обсязі роботи щоденні навантаження на сільську жінку можуть сягати до 16 годин, що протирічить фізіологічним нормам [1].

При таких навантаженнях та не завжди безпечних умовах праці, жінки не завжди мають де звернутися за кваліфікованою медичною допомогою, а після медичної реформи, яка впроваджується з 2011 р., так взагалі, тому що скоротилася кількість закладів лікування у сільській місцевості, кількість лікарів загалом та, зокрема, кількості вузьких спеціалістів. Все це, у поєднанні з відсутністю задовільного транспортного сполучення та економічними проблемами, призводить до погіршення доступу до медичних послуг.

У сільській місцевості жінки виходять заміж у більш ранньому віці у порівнянні з жінками, які проживають у містах. За даними Державної служби статистики у 2017 р., середній вік сільських жінок, які вступають у шлюб, – 23,9 роки (для міських жінок цей вік становить 26 років) [5]. Скоріш за все це пов'язано з тим що самотійно дуже важко забезпечувати свої потреби в грошовому відношенні, життєвий рівень сільських жінок загалом є низьким і накладає на них відчутні обмеження. 52 % сільських жінок не можуть робити заощадження на «чорний день», 45 % – поїхати за межі свого регіону (до родичів, друзів або на відпочинок), 33% – отримати гарну освіту (для себе чи для дітей/ онуків), 29 % – отримати необхідну медичну допомогу у випадку хвороби, яка вимагає оперативного втручання або тривалого лікування [1].

Щороку у сільській місцевості зростає кількість дітей, народжених поза офіційно зареєстрованим шлюбом. У такому випадку жінка вважається одинокою матір'ю і держава має підтримувати її дитину пільгами до повноліття. Звісно, це не завжди означає, що дитина, народжена поза шлюбом, проживає лише з матір'ю. У багатьох випадках шлюб не укладають заради отримання матеріальної допомоги від держави. У сільській місцевості 19,6 % домогосподарств з дітьми мають тільки одного або ж не мають взагалі батьків. З них 91 % – мають тільки матір. Отже, більшість неповних сімей – це сім'ї без батька і всі питання, пов'язані з вихованням та утриманням дитини лягають на плечі жінки [6].

Основними проблемами житлових умов сільських жінок є водопостачання та електропостачання. Відсутність налагодженого водопостачання спричиняє проблеми, пов'язані із санітарними умовами життя. Відсутність туалетів у приміщеннях також є розповсюдженою проблемою, яка може спричинити погіршення здоров'я жінки та викликати хвороби сечостатевої системи.

У поселеннях, де немає водогонів, населення переважно користується криничною водою. Однак, у сільській місцевості, існує проблема забруднення води у криницях, а також неможливості перевірити цю воду на якість.

У багатьох сільських громадах вода досить брудна в криницях і немає сучасних методів тестування та очистки її. Або вони дуже коштовні і громада не може собі дозволити інколи зібрати гроші для того, щоб перевірити якість питної води [7].

Суб'єктивні оцінки здоров'я сільського населення в цілому вищі, ніж ці показники серед міського населення. Натомість, дівчата 16-17 років та жінки віком 30-55 років, які проживають на селі, гірше оцінюють своє здоров'я, ніж їхні міські однолітки [8].

У сільській місцевості частка жінок, які мають середню спеціальну або вищу освіту, вища за чоловіків (відповідно 53,1 % жінок та 46,9 % чоловіків мають освіту). Причому, якщо зі зростанням віку частка чоловіків, які мають освіту, збільшується, то серед жінок можемо спостерігати зворотну тенденцію: зі збільшенням віку зменшується частка жінок, які мають освіту. Така ж тенденція є характерною і для України в цілому [1].

Соціальний занепад села характеризується катастрофічним зниженням доходів, зuboжінням населення, зростанням безробіття, згортанням сфери обслуговування, руйнуванням соціальної інфраструктури, що, в свою чергу, породжує перманентну демографічну кризу, найвагомішим виявом якої є процес обезлюднення та вимирання сільської поселенської мережі. Жінка, сільська трудівниця є фактично заручницею усіх цих складних соціально-економічних обставин, які працюють з кожним роком щораз більше на знищення села.

Отже, сучасний стан речей у сільській місцевості нам говорить про вкрай важкий життєвий контекст сучасної української селянки. Все це є результатом відсутності державницького підходу до розвитку сільського господарства як до першооснови існування кожної держави.

Список використаних джерел:

1. Волосевич І., Коноплицька Т., Костюченко Т., Марценюк Т. Комплексне дослідження становища жінок, які проживають у сільській місцевості. К.: ВАПТЕ, 2015. 88 с.
2. Дорожкіна І. В., Ковальчук В. В. Інформаційно-практичний посібник «Гендерна політика в місцевих громадах». URL: http://wu.cn.ua/files/pdf_public/27_Genderna%20politika.pdf
3. Бойко Л. О. Економічна активність сільської жінки. Зб. тез Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Організаційно-економічний механізм функціонування аграрного сектору економіки», м. Херсон. ДВНЗ «ХДАУ». 7-8.04. 2016 р. 23-25.
4. Якуба К. І. Соціально-економічні проблеми формування і використання жіночих трудових ресурсів аграрної сфери: дис. д-ра екон. наук: 08.09.01 / Ін-т аграр. економіки УААН. К., 1999. 497 арк. 372-392.
5. Населення України за 2017 рік: Демографічний щорічник. К.: Державна служба статистики України, 2018. URL: http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2018/zb_dy_2017.pdf
6. Діти, жінки та сім'я в Україні. Статистичний збірник. К.: Державна служба статистики України, 2018. URL: http://csr2.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/DJS_2018_pdf.pdf

7. Севрук В. Молоді сільські жінки втікають з України. URL: www.zhinka-online.com.ua/novini-dlya-zhinki/sotcium/292-molodi-silski-zhinky-vtikaiut-z-ukrainy.html
8. Зклади охорони здоров'я та захворюваність населення України у 2017 році: Статистичний бюлетень. К.: Державна служба статистики України, 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_zoz_17.pdf

ДРАЧУК Ю.З., *д.е.н., професор,
провідний науковий співробітник,
Інститут економіки промисловості НАН України*

САВ'ЮК Л.О., *к.т.н., доцент, докторант,
Інститут економіки промисловості НАН України*

ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОДІЇ РИНКУ ПРАЦІ ТА ОСВІТНІХ СТРУКТУР В МАШИНОБУДУВАННІ

В інноваційному розвитку галузей промисловості до найважливішої передумови успіху відносяться висококваліфіковані кадри, що здатні впроваджувати високі технології, освоювати інноваційні продукти і створювати продукцію, товари і послуги на основі оригінальних конкурентоспроможних технологій. В цьому плані у створенні умов для підвищення конкурентоспроможності особистості, розвитку інноваційної виробничої сфери, зміні структури економіки на користь наукомістких галузей, формуванні трудових ресурсів, здатних відтворювати і розвивати матеріальний і інтелектуальний потенціал країни, а також в забезпеченні соціальної та професійної мобільності, формуванні кадрової еліти суспільства значна роль відводиться освіті [1].

Машинобудівний комплекс поставляє знаряддя праці для матеріального виробництва і сфери послуг в національному масштабі і є основою для розвитку науково-технічного потенціалу країни. У нинішній час зниження рівня розвитку даної галузі промисловості є однією з основних причин відставання української промисловості за технічним рівнем від промислово розвинених країн, що пов'язано також і зі слабкою інтеграцією даної системи з ринком праці і промисловим сектором. Низька конкурентоспроможність трудового потенціалу України, що фіксується в продуктивності і якості праці, інноваційній загальмованості в більшості галузей свідчать про недоволіки в освітній діяльності професійних навчальних закладів, і, в тому числі, вищих.

Подолання даних кризових явищ українського суспільства можливо лише за умови суспільного усвідомлення, що система вищої освіти (СВО) повинна відповідати сучасним потребам суспільства і ринку праці, забезпечувати формування у кожної особистості здатності швидко адаптуватися до сучасних

соціо-економічних реалій, які стають найважливішою умовою успішного і стійкого розвитку соціуму.

Якщо значення машинобудування в господарстві України завжди залишається великим, то місце і роль галузі постійно змінюється. Так, в останні роки машинобудування за експортним потенціалом значно поступилося чорній металургії. Кризові явища тут теж були глибинними. Не завжди успішною була і конверсія підприємств машинобудування. Майже всі вони в минулому виконували замовлення військових відомств і в нових умовах господарювання не змогли втримати кадри і виробничий потенціал.

Подальший розвиток машинобудування потребує технічного переоснащення, реконструкції, переспеціалізації підприємств, що виробляють непотрібну суспільству продукцію. Нові напрями – це створення приватних невеликих і середніх заводів, що випускатимуть прилади, продукцію загального машинобудівного призначення і товари народного споживання. Необхідно також використовувати досвід і кошти великих машинобудівних компаній світу для створення спільних підприємств. Це дасть змогу ефективніше використовувати можливості окремих регіонів України.

На сьогодні структура машинобудування країни характеризується переважанням металомістких галузей і недостатнім розвитком наукомістких. Для розвитку останніх в Україні є всі необхідні умови: розвинена науково-дослідна база, виробничий і науковий потенціал, вигідне транспортно-географічне положення, що зумовлює ефективний зв'язок як з економічними районами всередині країни, так і з зарубіжними країнами, а також розвиток загальної будівельної бази [2].

Залежність машинобудівного виробництва від кадрового забезпечення завжди вимагала не лише високопрофесійних знань, а й високого рівня технологічної культури, що є гарантією високої якості продукції та вирізняє спеціалістів і робітників, починаючи з третього покоління. Світова фінансова криза створила негативні наслідки для економік багатьох країн і, зокрема, для глобального ринку праці. Кадрова політика підприємств машинобудування не може не враховувати таких зовнішніх впливів [3].

Функціонування вітчизняного ринку праці залежить не лише від стану економіки України, а й від попиту та пропозиції робочої сили у країнах східної та західної Європи. Причому розв'язувати проблеми вітчизняного ринку праці доводиться на тлі загального старіння населення України та скорочення економічно активної його частини, а також анексії Росією Кримської АР і м. Севастополя та окупації частини районів Донбасу. Насамперед, російська агресія призвела до зміни цілого ряду абсолютних показників вітчизняного ринку праці, що відображено українською статистикою. У цілому, за даними Державної служби зайнятості України (ДСЗУ) протягом 2017 р. у нашій державі тривало зростання попиту на робочу силу. Проте в останні місяці темпи зростання уповільнилися. У серпні в сезонно скоригованому вимірі потреба роботодавців у працівниках на заміщення вільних робочих місць залишилася майже незмінною [4].

Розвиток національного ринку праці напряму залежить від розвитку промислового виробництва, що характеризується значеннями індексу промислової продукції – показника динаміки обсягу промислового виробництва та середньозваженою величиною з відповідних індивідуальних індексів по кожному товару. Аналіз офіційних даних Державного комітету статистики України (ДКСУ) дозволяє відзначити, що значення індексів промислової продукції традиційних галузей видобування вугілля та металургійного виробництва є меншими за індекс комплексу машинобудування. У структурі комплексу машинобудування лідером динамічного розвитку є виробництво автотранспортних засобів, а індекси галузей виробництва комп'ютерної техніки, електронного, оптичного та електричного устаткування відповідно складають 99 % та 97.8 % [5].

Необхідно відзначити, що проведення повного аналізу стану ринку праці у старопромислових шахтарських регіонах України є вельми складним завданням внаслідок великої кількості вимушено переміщених осіб, які динамічно змінюють місце проживання, що не відповідає місцю постійної реєстрації. Однак, слід враховувати, що до початку військового конфлікту в шахтах цих регіонів видобувалося усе коксівне (Донецька область) та енергетичне вугілля (Луганська область). Всі ці шахти залишилися на непідконтрольній території, а їх працівники частково перемістилися на підконтрольну територію України та потребують професійної перекваліфікації й адаптації.

В останні роки, з урахуванням незадовільного стану кадрового забезпечення різних галузей промисловості, невідповідності якості підготовки професійних кадрів у стінах ЗВО потребам виробництва та громадського суспільства, значні зусилля науковців концентруються на необхідності негайного вирішення проблеми приведення до систематичної відповідності ринків освітніх послуг та праці. Залежність машинобудівного виробництва від кадрового забезпечення є відомою широким науковим та суспільним колам та досліджується в роботах визнаних вчених Інституту соціології НАН України. Слід відзначити відсутність робіт, що присвячені дослідженням прямого взаємозв'язку та взаємного впливу ринку освітніх послуг і ринку праці. До цієї пори не розглядається аспект входження світової спільноти в епоху економіки знань як вирішального фактору необхідності переведення ЗВО у розряд юридичного статусу організацій по наданню якісних послуг із забезпеченням доданої академічної вартості. В умовах економіки знань виробництво знань виступає послугами та продуктами на ринку, забезпечується швидке прискорення у технічній та науковій сфері та прокладання шляху до інновацій в економіці в цілому [6]. Такі процеси мають призвести до гармонійного поєднання економіки, виробництва й освіти у збалансовану систему відносин, коли кожний випускник університету стає сформованим спеціалістом, забезпеченим відповідним до його кваліфікації робочим місцем, а його компетенції відповідають потребам розвитку виробництва на високотехнологічній платформі без необхідності перекваліфікації та повторного навчання.

В ракурсі наведених фактів особливого значення набуває взаємно збалансований та інтегрований розвиток машинобудівного комплексу та системи підготовки кадрів для нього на територіях старопромислових регіонів, які залишилися під контролем Української держави. Підготовка таких кадрів повинна ґрунтуватися на особливостях сьогоdnішнього стану економіки та промисловості даних регіонів та розумінням особливого статусу та складної типології Донецької та Луганської областей. Спеціалісти машинобудівного комплексу повинні володіти інструментами реалізації дорожньої карти заходів по відновленню територій Донбасу, нового регіоналізму, інноваційними технологіями та широким конструктивістським мисленням. Таку підготовку здатні забезпечити інноваційні структурні об'єднання у вигляді навчально-наукових виробничих комплексів. Створення таких комплексів повинно відбуватися при активній участі всіх стейкхолдерів – представників професорсько-викладацького складу ЗВО, бізнес структур, академічних та прикладних інститутів, що забезпечують проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, зовнішніх партнерів та донорів.

Список використаних джерел:

1. Драчук Ю. З., Сав'юк Л. О. Інноваційний розвиток машинобудування в умовах реструктуризації старопромислових шахтарських регіонів. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. Випуск 1 (36) (за заг. ред. проф. Єханурова Ю. І., проф. Філюк Г. М.). К.:ТОВ «ЦП «КОМПРИНТ», 2018. С. 55-69.
2. Довгань Л. Є., Сімченко Н. О. Сучасні аспекти сталого розвитку машинобудівних підприємств. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі*. 2008. № 3(3). С. 71–86.
3. Волошин О. П. Удосконалення в системі підготовки і перепідготовки кадрів на машинобудівних підприємствах в умовах фінансової кризи. Тези доповідей II Всеукраїнської науково-практичної конференції. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. С. 168-170.
4. Державна служба зайнятості України: офіційний сайт. URL: <https://www.dcz.gov.ua>
5. Державний комітет статистики України: офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Драчук Ю. З., Сав'юк Л. О. Сфера освітніх послуг як вирішальний фактор формування економіки знань на теренах України. *Науковий економічний журнал ІНТЕЛЕКТ XXI*. 2018. № 1. С. 58–63.

**ЗОЛКИНА О.В., магістр,
ЧП «БІЗНЕС ІНДУСТРИЯ»**

ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Вопрос конкурентоспособности человеческого капитала приобретает все большую актуальность, поскольку является объективным условием развития предприятия путем обеспечения ему дополнительных конкурентных преимуществ. Поэтому необходима разработка механизма формирования и выработки стратегии развития конкурентоспособности человеческого капитала на предприятии. Для обеспечения развития конкурентоспособности человеческого капитала предприятия нужно разработать систему конкретных мероприятий, которые включают совокупность определенных элементов, в результате взаимодействия которых обеспечивается развитие конкурентоспособности.

Функционирование данного механизма направлено на формирование и развитие возможностей человеческого капитала в зависимости от двух факторов: 1) соответствие собственным интересам конкурентного работника для эффективной его деятельности на данном предприятии, 2) соответствие потребностям предприятия для создания синергетической целостности всех аспектов деятельности предприятия [1].

Результатом действия механизма становится изменение всех составляющих конкурентоспособности человеческого капитала в направлении, которое обеспечивает возрастание эффективности и результативности деятельности предприятия, одновременно удовлетворяя социально-экономические потребности персонала.

За счет этого механизма достигается:

- развитие конкурентоспособности человеческого капитала;
- функциональная связь между возрастанием конкурентоспособности человеческого капитала и результатами деятельности предприятия.

Формирование механизма должно осуществляться с учетом достигнутого уровня конкуренции, что обеспечивает стимулирование персонала к повышению конкурентоспособности. Механизм развития конкурентоспособности состоит из:

- целевой системы, которая подразумевает определение цели (миссии) предприятия, исходя из нее – заданий развития конкурентоспособности человеческого капитала;
- правовой, информационной и методологической основой механизма развития конкурентоспособности человеческого капитала предприятия является институциональная подсистема;
- подсистемы управления развитием конкурентоспособности человеческого капитала, которая предусматривает постановку требований к уровню конкурентоспособности каждой социально-профессиональной группы, оценку

уровня ее конкурентоспособности, выбор стратегии и методов развития конкурентоспособности человеческого капитала;

– подсистемы реализации стратегии, которая должна обеспечивать развитие конкурентоспособности человеческого капитала по трем направлениям: формирование количественной, качественной составляющих человеческого капитала и его стимулирование.

В ходе реализации механизма изменение конкурентоспособности человеческого капитала предприятия совершается с помощью применения соответствующих стратегий – инструментов управленческого воздействия на конкурентоспособность человеческого капитала. Подсистема управления развитием включает методы развития конкурентоспособности человеческого капитала, методы используются путем разработки и реализации соответствующих стратегий.

Основой предложенного механизма развития конкурентоспособности человеческого капитала предприятия является выбор и разработка стратегий развития конкурентоспособности для каждой социально-профессиональной группы. Последовательность действий по выбору стратегии должна включать:

- определение конкурентной стратегии предприятия;
- выбор стратегии развития конкурентоспособности для каждой социально-профессиональной группы, что должно соответствовать стратегии предприятия;
- действия по сохранению конкурентных преимуществ;
- текущие мероприятия по усилению конкурентных позиций и улучшению показателей работы.

Предлагаем разработку и реализацию стратегии развития конкурентоспособности человеческого капитала осуществлять в соответствии с общими стратегиями развития предприятия. Стратегия развития конкурентоспособности человеческого капитала может быть отнесена к категории функциональных стратегий, то есть к третьему иерархическому уровню стратегий предприятия [2].

Анализ методов развития конкурентоспособности человеческого капитала предприятия в соответствии с внешними и внутренними условиями, при которых эти действия могут быть реализованы, учет результатов воздействия указанных действий на уровень конкурентоспособности человеческого капитала позволили нам предложить классификацию стратегий развития конкурентоспособности персонала по следующим признакам: по источникам возникновения конкурентных преимуществ человеческого капитала, по способам влияния на объект, по этапам развития трудового потенциала предприятия, по этапам жизненного цикла предприятия, по срокам реализации, по соответствию общей стратегии предприятия, по источнику инвестиций. Предложенная классификация стратегий развития конкурентоспособности человеческого капитала стала основой для обоснования выбора стратегии развития конкурентоспособности человеческого капитала предприятий в соответствии с выбранной ими стратегической перспективой.

Модель выбора стратегии развития конкурентоспособности человеческого капитала предприятия для каждой социально-профессиональной группы

включает определение конкурентной стратегии предприятия, анализ ключевых факторов выбора стратегии развития конкурентоспособности человеческого капитала, выбор стратегии развития группы персонала, формирование перечня мероприятий по результатам воздействия на объект. Получение конкурентных преимуществ человеческого капитала предприятий при определении направления развития требует классификации критериев, по которым необходимо сравнивать возможные направления и систему их оценки. Предлагаем выбор перечня текущих мероприятий по развитию конкурентоспособности человеческого капитала и улучшению показателей работы предприятия делать в зависимости от двух групп факторов: этапа жизненного цикла предприятия и уровня конкурентоспособности каждой социально-профессиональной группы.

Таким образом, предложенные механизм и модель выбора стратегии развития конкурентоспособности человеческого капитала на предприятии позволит менеджерам выбрать нужную стратегию развития конкурентоспособности человеческого капитала.

Список использованных источников:

1. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебник. М.: Изд-во Эксмо, 2005. 544 с.
2. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ.; Под ред. Я. В. Заблоцкого. М.: Издательский дом "Вильямс", 2005. 608 с.

КУРМАНСЬКА О.С., *викладач вищої категорії,
Коледж інформаційних технологій та землевпорядкування
Національного авіаційного університету*

МИГОЛЬ В.М., *викладач вищої категорії,
Коледж інформаційних технологій та землевпорядкування
Національного авіаційного університету*

РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Верховна Рада України ухвалила 335 голосами президентський законопроект щодо закріплення у Конституції України курсу на членство України в Європейському Союзі та Північноатлантичному Альянсі. Всі ці зміни відбулись не дивлячись на перебування в органах влади представники різних політичних партій і рухів, більшість із яких знаходяться у стані постійного протистояння між собою. Для швидкої та ефективної інтеграції України у світове співтовариство необхідно застосування багатьох чинників. Одним з основних являється наявність національно незалежного інформаційного простору.

Особливої актуальності питання впливу засобів масової інформації на свідомість громадян набули в початком бойових дій на сході України.

На законодавчому рівні, в перше, поняття «національні інтереси» та «національна безпека» були прийняті Верховною Радою України і визначені у Концепції національної безпеки України. В концепції було визначено, що однією з основних та найважливіших функцій держави є захист національної безпеки. В умовах війни яка ведеться на сході країни поняття інформаційної безпеки є дуже актуальним і потребує забезпечення національної безпеки на державному рівні. Інформація в усі часи розвитку людства виступала основним фактором впливу на розвиток держави, а також на її економічний, політичний і військовий стан та розвиток.

На сьогоднішній день в Україні ,обравшої курс на ЄС та НАТО, постає нагальне питання щодо її інтеграції у світовий інформаційний простір, що дасть змогу інформувати та впливати на подання інформації про Україну за кордоном, а також інформувати громадян країни про події в світі неопосередковано. Інтеграція означає не лише бажання входження до складу ЄС, але й тісний взаємозв'язок з іншими країнами в різноманітних питаннях. Не тільки Україна має докладати зусилля для інтеграції, а й інші міжнародні інституції мають вживати заходи до співпраці.

З набуттям Україною незалежності поняття захисту інформаційного простору постає постійно. Тенденція до його захоплення виникає постійно, більше в цьому питанні «просунулась» Росія, хоча інші країни намагались втрутитись.

Незважаючи на те, що Україною було офіційно задекларовано курс на інтеграцію до світового співтовариства, в тому числі і інформаційне, ситуація залишається дуже складною. Необхідно відмітити, що на сьогоднішній день рівень присутності українських інформаційних структур в міжнародному медіа просторі знаходиться на низькому рівні. Велика частина медіа-структур, що здійснюють свою діяльність на території України, засновані на іноземному капіталі, частка національних медіа – незначна.

Українські ЗМІ, на відміну від іноземних, не мають достатньої кількості корпунктів за кордоном. Тому, змушені використовувати інформацію яку черпають із повідомлень, здебільшого російських джерел, що спотворюють реальний стан речей і ситуації в Україні. Ці ж проблеми виникають із висвітленням подій за кордоном. Тому українці змушені більшість інформації черпати із мережі Інтернет, з першоджерел. Але і тут існують перешкоди. Не всі громадяни мають доступ до мережі, або вміють нею користуватись, а також не володіють іноземними мовами, що прочитати статті.

Основними джерелами новин для українських споживачів у 2018 році зазначено на рис. 1.

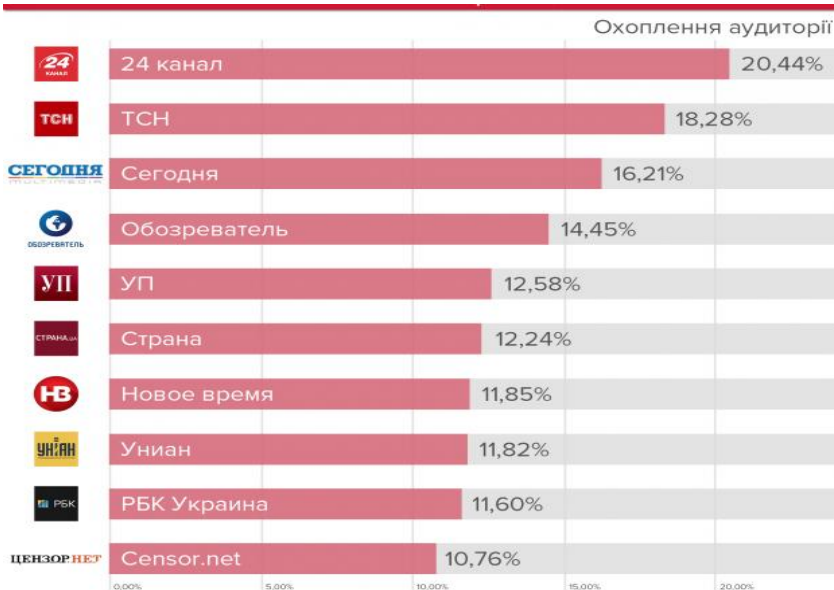


Рис. 1. ТОП 10 новинних сайтів України (за інформацією Kantar TNS)

Найбільш відвідуваними українцями сайтами у 2017 та 2018 році були:

1	google.com	95,35	95,30
2	youtube.com	84,00	83,40
3	facebook.com	68,23	68,58
4	olx.ua	55,70	52,93
5	wikipedia.org	50,19	50,14
6	privatbank.ua	50,76	47,38
7	rozetka.com.ua	49,24	44,18
8	prom.ua	43,62	39,13
9	ukr.net	37,79	36,29
10	vk.com	34,42	33,93
11	sinoptik.ua	28,93	30,70
12	instagram.com	23,60	24,97
13	yandex.ua	23,19	24,65
14	mail.ru	24,81	24,31
15	aliexpress.com	23,20	23,41
16	i.ua	25,24	22,96
17	kinokrad.co	18,54	21,35
18	blogspot.com	21,08	20,62
19	24tv.ua	18,98	20,44
20	gismeteo.ua	17,40	20,22

Рис. 2. Найбільш відвідувані сайти у 2017-2018 рр.
(за інформацією Kantar TNS)

Для прирівняння прав українських і іноземних журналістів Верховною Радою України у 2011 році були прийняті і 09.05.11 р. набули чинності зміни до Закону України «Про інформацію», згідно з якими представники іноземних ЗМІ не потребують акредитації Прес-служби МЗС для роботи в Україні.

Україна, як і будь-яка держава має дотримуватися чіткого балансу інтересів суспільства, держави і особистості. На державному рівні мають бути забезпечені відкритість та інформованість громадян про діяльність органів влади і суспільних інституцій. Громадяни мають повне право для отримання достовірної, повної і своєчасної інформації, свободу слова та інформаційної діяльності в національному інформаційному просторі України.

В Конституції зазначено про недопущення втручання у зміст та внутрішню організацію інформаційних процесів, крім випадків, визначених законом.

В Україні необхідно створити вітчизняний (національний) інформаційний продукт, який би міг гідно представити Україну у світовому просторі при цьому зберігши її національно-культурні та духовні цінності.

Політика інформаційної безпеки має бути спрямована на захист населення України від інформаційного продукту що загрожує фізичному, інтелектуальному, морально-психологічному здоров'ю (пропаганда жорстокості, насильства, порнографії, вплив на свідомість тощо); – всебічне сприяння інформаційному забезпеченню правоохоронних відомств для виконання ними своїх функцій; – охорону державної таємниці та іншої інформації з обмеженим доступом, а також здійснення державного контролю за режимом доступу до цієї інформації.

Інтеграція України до світового інформаційного простору потребує від держави різнобічної підтримки на всіх рівнях. Більш дієвою вона стане умов прийняття державою стратегії активного учасника інформаційного ринку.

Розвиток інформаційної сфери має особливе значення для становлення в Україні демократичного інформаційного суспільства.

Список використаних джерел:

1. Москаленко А. Теорія журналістики. К., 1998. С. 24–26; Гриценко О., Шкляр В. Основи теорії міжнародної журналістики. К., 2002. С. 125; Здорова В. Теорія і методика журналістської творчості. Л., 2000. С. 38–52; Михайлин І. Основи журналістики. Харків, 2000. С. 37; Кривошея Г. Журналістика. К., 2003. С. 12–14.
2. Какие страницы читают украинцы: «24» – в первую очередь среди онлайн-СМИ – канал 24. URL: <https://provse.today/kakie-stranitsy-chitayut-ukraintsy-24-v-pervuyu-ochered-sredi-onlajn-smi-kanal-24/>
3. Неліпа Д. В. Інтеграція України в європейський національний простір: аналіз нормативно-правового забезпечення розвитку інформаційних відносин. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. К.: 2004. № 18. С. 93.
4. Парахонський Б., Загороднюк В. Гуманітаризація науки – стратегія інтелектуального розвитку України. К., 1996. С. 23.

ЛАНЧЕНКО Є.О., к.е.н., доцент,
*доцент кафедри економіки праці та соціального розвитку,
Національний університет біоресурсів і природокористування України*

СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО В ДЕРЖАВНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Соціально-трудові відносини є ключовими в усьому комплексі суспільних відносин, від їх характеру та досконалості безпосередньо залежать: якість трудового життя; соціальна злагода в суспільстві; продуктивність праці; соціально-економічний прогрес тощо. Основною умовою виникнення та функціонування соціально-трудових відносин у ринковій економіці є юридична незалежність сторін цих відносин – роботодавця й працівника. У процесі відносин у сфері праці наймані працівники передають право використання своєї робочої сили власнику засобів виробництва при збереженні своєї особистої незалежності. Крім того, соціально-трудові відносини в умовах ринку ґрунтуються на свободі праці, що означає право кожного члена суспільства працювати йому чи ні, на яких умовах і на якого роботодавця тощо.

Узгодження соціально-економічних інтересів між суб'єктами соціально-трудових відносин утворює цілу систему суспільних відносин, які отримали назву інституту соціального партнерства, який охоплює відносини у сфері праці від рівня підприємств і організацій до загальнодержавного рівня. Соціально-трудові відносини залежно від їх характеру, методів розв'язання проблем, що виникають у соціально-трудовій сфері, класифікують за типами. Тип соціально-трудових відносин визначається яким чином приймаються й виконуються рішення в соціально-трудовій сфері, як характеризуються форми взаємовідносин у виробничій, правовій, етичній, психологічній, моральній, культурній та інших сферах людського буття. Виділяють два полярних типи соціально-трудових відносин: патерналізм і соціальне партнерство. Останній є важливим атрибутом функціонування соціально орієнтованої ринкової економіки.

Соціальне партнерство – це система регулювання соціально-трудових відносин, яка дозволяє ефективно поєднувати інтереси різних сторін: працівників, роботодавців і держави з метою запобігання конфліктів у трудовій сфері. Це система відносин між працівниками й роботодавцями та державою (їхніми представниками), що дозволяє враховувати взаємні інтереси сторін при всій їхній природній протилежності й на цій основі досягти згоди із соціально-економічних питань, що закріплюються в колективних договорах і угодах. Формальне закріплення принципів соціального партнерства в господарських суб'єктах України відбувається шляхом укладання колективних договорів, як правило, на 3-5 річний термін.

Колективний договір – це правовий акт, що укладається з метою регулювання соціально-трудових відносин на підприємствах, в установах, організаціях чи їх структурних підрозділах всіх форм власності й

господарювання між найманими працівниками та роботодавцем для узгодження їх інтересів. Він є двостороннім і укладається в організаціях і на підприємствах для регулювання трудових відносин між робітниками (профспілковим комітетом) і роботодавцями (адміністрацією), регулює трудові відносини, конкретизуючи, доповнюючи та розвиваючи норми, що прийняті в галузевій, регіональній та генеральній угодах.

У аграрному секторі економіки України нині функціонує близько 200 державних сільськогосподарських підприємств, які забезпечують науковий супровід впровадження розробок учених і навчальний процес у аграрних ЗВО тощо. Як і в інших підприємствах у них має функціонувати соціальне партнерство між колективом працівників, зокрема в особі професійної спілки, та роботодавцем в особі директора підприємства. Останній, у свою чергу, виступає найманим працівником по відношенню до вищестоящої організації – НДІ, Мінагрополітики, аграрний ЗВО.

Розглянемо на прикладі двох підприємств Київської області: ВП НУБіП України “Великоснітинське НДГ ім. О.В. Музиченка” (надалі – Великоснітинське НДГ) і ВП НУБіП України “Агрономічна дослідна станція” (надалі – АДС) процес соціального партнерства. Так, у Великоснітинському НДГ у кінці 2018 р. закінчився термін дії колективного договору. У цьому господарстві в грудні 2018 р. – січні 2019 р. тривав процес узгодження змісту нового колективного договору. Зрештою, погодивши проект колективного договору, його було винесено на обговорення на зборах трудового колективу в січні 2019 р., на якому був присутній голова Київської обласної організації працівників АПК. У результаті документ було прийнято.

У багатьох випадках і тут не є винятком, що основою нового колективного договору у Великоснітинському НДГ є попередній такий договір. Але в ході соціального діалогу в робочій групі в підприємстві між сторонами соціального партнерства було внесено пропозиції про деталізацію розділу “Оплата праці” колективного договору. У цьому розділі сформовано нормативні положення про преміювання працівників за результатами господарської й трудової діяльності персоналу, виконання плану виробництва продукції та зазначено про окремий додаток – Положення про оплату праці, який формується щороку відповідно до затверджених кошторису видатків і штатного розпису підприємства. Таким чином, у Великоснітинському НДГ процес соціального діалогу відбувся, на належному рівні функціонує первинна профспілкова організація тощо.

У іншому НДГ НУБіП України – АДС соціальний діалог перервався у кінці 2016 р., оскільки останній колективний договір був затверджений на період 2011-2016 рр. Хоча він і залишається чинним, проте відсутність соціального діалогу між працівниками й роботодавцем, первинної профспілкової організації в підприємстві, переговорів щодо укладання нового колективного договору на новий термін свідчить про пасивність обох сторін у реалізації соціального партнерства в даному державному сільськогосподарському підприємстві.

Таким чином, на початку 2019 р. у НУБіП України було прийнято рішення про відновлення колективно-договірного регулювання в АДС шляхом залучення в якості консультантів і дорадників з цього питання автора цих тез доповіді на

конференції. Разом із головним економістом і представником від трудового колективу (у майбутньому ця особа очолить профспілку в підприємстві) АДС сформовано проект колективного договору, його структуру та зміст, визначено концептуальні положення з організації оплати праці. У розділі колективного договору «Оплата праці» наведено, що Положення про оплату праці та Положення про преміювання працівників виступатимуть як окремі додатки до колективних договорів. Обидва положення формуються щорічно, як правило, на початку року в межах затвердженого кошторису та штатного розпису. Проведено роботу по збору документів (тарифна сітка, схема посадових окладів, доплати й надбавки, норми праці, розцінки оплати праці за продукцію та ін.) як наповнення Положення про оплату праці.

На основі фінансово-економічного аналізу показників діяльності АДС за попередні роки й планових показників виробництва сільськогосподарської продукції в 2019 р. сформовано штатні розписи працівників, плановий преміальний фонд для забезпечення стимулюючої функції заробітної плати, який становить 30 % у структурі фонду оплати праці АДС. Відповідно до затвердженого фонду преміювання в штатних розписах працівників АДС розроблено Положення про преміювання працівників у НДГ, де визначено порядок преміювання (за поданням керівників внутрішньогосподарських підрозділів і затвердження наказом по НДГ), максимальні розміри (до 8 окладів у рік на 1 працівника), періодичність (до 70 % преміального фонду – протягом року по місяцях, 30 % – у кінці року) по категоріях працівників (рослинництво, тваринництво, агрономічна служба, інші профільні служби й керівництво) за результатами їх праці й досягнення плану виробництва сільськогосподарської продукції та фінансових показників діяльності. Крім того, розподіл поточних премій (до 70 %) для працівників галузі рослинництва здійснюватиметься враховуючи сезонність праці (посівна кампанія, жнива) тощо.

Структура проекту колективного договору в АДС наступна: 1. Загальні положення; 2. Господарська, економічна діяльність та управління господарством. Взаємодія сторін; 3. Трудові відносини; 4. Охорона праці; 5. Оплата праці; 6. Робочий час і відпустка; 7. Розвиток соціальної сфери господарства. Соціально-трудові пільги, гарантії, компенсації; 8. Гарантії діяльності профспілок. У додатках до колективного договору розміщено інформацію про нормативи гігієни праці (вага предметів праці, мило, молоко, спецодяг тощо), роботи зі шкідливими умовами виробництва, право на додаткову відпустку тощо. Загальні збори трудового колективу в АДС для остаточного погодження й затвердження планується провести 5 березня 2019 р.

Головна увага нині в АДС зосереджена на формуванні Положення про преміювання працівників. Адже в господарстві протягом останніх років простежуються позитивні тенденції по виробничих, економічних і фінансових показниках діяльності підприємства, тому було прийнято рішення про посилення стимулюючої функції заробітної плати й мотивації праці персоналу до досягнення планових показників розвитку АДС.

Положення про преміювання працівників АДС запроваджується з метою: підвищення мотивації фахівців та інших працівників щодо виявлення та

реалізації резервів і можливостей підвищення результатів індивідуальної та колективної праці з урахуванням їх ролі у діяльності підприємства, кваліфікаційно-професійного досвіду, складності виконуваних ними робіт та функцій, рівня відповідальності та творчої активності; створення умов для підвищення рівня заробітної плати працюючих за рахунок особистих трудових зусиль та оцінки особистого внеску у кінцеві результати роботи АДС; стимулювання високопрофесійного виконання працівниками службових обов'язків, а також зміцнення трудової дисципліни.

Преміювання працівників господарства здійснюється за рахунок фонду заробітної плати за такими критеріями для окремих категорій працівників: своєчасне і якісне виконання планової або оперативної роботи, доручень, наказів, розпоряджень; сумлінного виконання службових обов'язків; значні досягнення в роботі, високі показники діяльності тощо. Преміювання працівників АДС проводиться за підсумками роботи за місяць (квартал, рік) за встановленими критеріями кількості та якості роботи. Преміювання працівників господарства до ювілейних дат, професійних свят, днів народження, а також за виконання важливих робіт (посів, збір урожаю тощо) здійснюється на підставі наказу по господарству з урахуванням стажу роботи в господарстві, якості виконуваної роботи за поданням начальників цехів, виробничих підрозділів, служб.

Отже, можна стверджувати, що в державних сільськогосподарських підприємствах соціальне партнерство функціонує, відбувається соціальний діалог, узгодження питань розвитку соціально-трудової сфери в господарствах. Проте в цілому по галузі сільського господарства загальна кількість колективних договорів і охоплення ними працівників має тенденцію до зменшення.

ЛЕВЧЕНКО А.В., аспірантка,
спеціалізація «Економіка»,

Київський університет ринкових відносин

ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ – ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ КРАЇНИ

Економічна рівність жінок і чоловіків є однією з основних цілей, що стоять на сьогоднішній день перед будь-якою країною. Мова йде про справедливість та ліквідацію дискримінаційної практики у сфері працевлаштування та на ринку праці та сприяння економічному розширенню прав жінок. Зараз цифри говорять, що рівність є чинником економічного зростання.

Дослідження Європейського інституту гендерної рівності (EIGE) доводить, що гендерна рівність корисна для економіки, і її не можна не враховувати, якщо Україна хоче досягти сталого та всеохоплюючого зростання. Занадто довго, гендерна нерівність обмежує економічні можливості жінок. Докази підтверджують, що сприяння економічній рівності чоловіків і жінок збільшить

кількість робочих місць та рівень зайнятості в Україні зросте майже 8-10 відсотків. Валовий внутрішній продукт (ВВП) на душу населення також може збільшитися до майже 4 % до 2050 року.

Саме економічна рівність жінок та чоловіків може принести Україні процвітання.

Сьогодні в Україні економічно задіяні трохи більше 50 % жінок працездатного віку від 16 до 60 років. До того ж за даними Державної служби статистики, за 2018 р. зарплата чоловіків в Україні була майже на 24 % вище, ніж зарплата жінок, причому, ця різниця зросла порівняно з початком 2019 року. Оплата праці для жінок і чоловіків на одних і тих же посадах в Україні дійсно може відрізнятися. Загалом, абсолютно у всіх без винятку сферах зарплата у чоловіків вище. Але, якщо дивитися на статистику за професіями, то, за даними Держстату, найбільша різниця між зарплатами чоловіків і жінок зараз в сфері авіації – чоловіки тут заробляють на 42,3 % більше. А ось найменша в сфері водного транспорту (на 2,4 % більше отримують чоловіки), і в сфері адміністративного обслуговування (на 2,1 % більше).

Також Держстат надає статистику заробітної плати і за областями. Так, чоловіки отримують найбільше в Донецькій (на 37 %) і Полтавській областях (на 29,6 %). А найменша різниця в Херсонській (11,9 %) і Чернівецькій (13,2 %). У Києві жінки в середньому заробляють на 18,7 % менше – 12 386 грн, тоді як чоловіки отримують 15 227 грн. Причому, варто зазначити, що така ж проблема є і в США, і в Європі. Як показує дослідження Міжнародної організації праці (МОП), негативна відсоткова різниця в середній заробітній платі між жінками і чоловіками з плином часу скоротилася в багатьох країнах, але не зникла зовсім. У доповіді наводяться останні оцінки гендерного розриву в погодинній оплаті праці в цілій низці країн, які вказують на його величезну варіативність, – приблизно від нуля до майже 45 %.

Чим нижче рівень посади, тим більше там жінок. В Європі жінки становлять до 60 % працівників в нижньому рівні оплати праці і лише 20 % у верхньому рівні. В Україні ситуація схожа. Жінки найчастіше подають резюме на низькооплачувані посади. За результатами дослідження кадрового порталу HeadHunter Україна серед загальної кількості резюме, 48 % розмістили жінки.

Міжнародні трудові норми є одним із найдієвіших засобів Міжнародної організації праці щодо поліпшення умов праці та життя жінок і чоловіків, сприяння рівності на робочому місці в інтересах усіх працівників. Практично всі норми МОП, за поодинокими винятками, спрямованими на розв'язання проблем материнства й репродуктивної ролі жінок, однаково застосовні до чоловіків і до жінок. Утім, зберігається розрив між правами, закріпленими в національних і міжнародних стандартах, і реальним становищем працівників. Права працюючих жінок становлять невід'ємну складову цінностей, принципів і завдань, що визначають сутність мандату МОП, спрямованого на заохочення соціальної справедливості та гідної праці – справедливо оплачуваної продуктивної роботи, виконуваної в умовах свободи, справедливості, безпеки та гідності. Ця мета постійно залишається в центрі уваги МОП, але у відповідь на еволюцію ролей жінок і чоловіків у суспільстві відчутно змінився підхід щодо її

досягнення. Сприйняття «традиційного» розподілу оплачуваної праці та неоплачуваної роботи по дому чи по догляду за дітьми зазнало й далі зазнає глибоких змін. МОП не лише відреагувала на ці зміни в суспільстві, а й перебрала на себе провідну роль у формуванні майбутнього, де буде більше рівності у сфері праці.

Трудові норми розв'язують проблему забезпечення гендерної рівності в різні способи. Деякі з них є гендерно чіткими, конкретно вказують на необхідність забезпечення гендерної рівності або на недопущення дискримінації щодо жінок або чоловіків, як, наприклад, конвенції про рівне винагородження чоловіків і жінок за рівноцінну працю (1951 р., № 100), про охорону материнства (2000 р., № 183), про припинення трудових відносин (1982 р., № 158), про політику у сфері зайнятості (1964 р., № 122). Інші норми є гендерно чутливими – це норми, положення яких за характером ураховують потреби жінок і чоловіків, але прямо не вказують на чоловіків і жінок, як, скажімо, конвенції щодо працівників із сімейними обов'язками (1981 р., № 156), щодо ліквідації найгірших форм дитячої праці (1999 р., № 182), стосовно роботи на умовах неповного робочого часу (1994 р., № 175), щодо надомної праці (1996 р., № 177), а також низка норм, що стосуються таких умов праці, як безпека, захист і транспорт. Засадова Конвенція № 111 охоплює ці дві групи, оскільки спрямована на запобігання дискримінації та забезпечення гендерної рівності, але стосується не лише гендерної дискримінації. Третя група конвенцій містить технічні норми, сформульовані доволі нейтрально, але при застосуванні їх виявляється гендерна специфіка, наприклад при збиранні й використанні статистичних даних конвенції цієї групи охоплюють як проблеми з виплатою заробітної плати, нещасні випадки на виробництві та професійні травми, робочий час і соціальне забезпечення.

Чотири конвенції МОП визначено ключовими інструментами в плані досягнення гендерної рівності в світі праці: Конвенція 1951 року щодо рівного винагородження чоловіків і жінок за рівноцінну працю (№ 100), Конвенція 1958 року стосовно дискримінації у галузі праці та занять (№ 111), Конвенція 1981 року щодо працівників із сімейними обов'язками (№ 156), Конвенція 2000 року з приводу охорони материнства (№ 183).

Комплексний гендерний підхід у разі застосування міжнародних трудових норм вельми важливий, адже це сприяє забезпеченню рівного доступу чоловіків і жінок до пільг, що випливають із цих норм. Такий підхід передбачає рівне визнання потреб, досвіду та інтересів жінок і чоловіків, хоч би якими різними вони були. У багатьох країнах ухвалено спеціальне законодавство, що забороняє гендерну дискримінацію й заохочує рівність статей у сфері зайнятості, у багатьох національних конституціях містяться статті, що гарантують таку рівність. Останнім часом особливу увагу зосереджено на позитивному обов'язку урядів щодо запобігання дискримінації та заохочення рівності статей, однак нерідко законодавство застосовують непослідовно, відтак гендерна нерівність зберігається. Зараз у світі дедалі більшого значення надають забезпеченню дотримання законів за допомогою правових, адміністративних і заохочувальних

заходів, спрямованих на подолання розриву між законодавством і його застосуванням, для цього широко залучають спеціальні установи.

На сьогоднішній день Україна ратифікувала наступні міжнародні стандарти у сфері праці, які стосуються запровадження гендерної рівності у сфері праці та розширення економічних можливостей жінок: № 111 Конвенція про Дискримінацію (Працевлаштування та Зайнятість), 1958 р., № 100 Конвенція щодо рівної оплати праці, 1951 р., № 156 Конвенція про працівників із сімейними обов'язками, 1981 р., № 183 Конвенція про захист материнства, 2000 та № 103 - Конвенція про захист материнства (переглянута), 1952 р.

Для вирівнювання економічної ситуації в Україні необхідно: запровадити рівність в сфері зайнятості, гендерний баланс в процесі прийняття рішень, баланс професійного і сімейного життя, рівний доступ до освіти та науки, а також просвітницька діяльність, і звісно запровадити гендерно-орієнтоване бюджетування. Щоб досягти рівності в сфері зайнятості треба: підвищити рівень жіночої зайнятості, зменшити рівень жіночого безробіття, викоринити сегрегаційні процеси в суспільстві, а також впровадити рівну оплату за рівну працю – має бути рівна вартість праці жінок і чоловіків. Задля досягнення гендерного балансу в процесі прийняття рішень треба створити умови рівної представленості жінок і чоловіків в політичній та економічній сферах. Баланс професійного і сімейного життя – це необхідність для підтримки рівності в суспільстві, тут маєтсья на увазі і перерозподіл домашніх обов'язків, і турбота держави про дітей, що дозволить більшій кількості працездатних жінок працювати, також турбота держави про інших домашніх утриманців, і соціальне включення жінок в життя країни, і звісно соціальний захист жінок. Впровадження гендерних стратегій в бюджетний процес є дуже важливим для здійснення видатків з урахуванням принципів гендерної рівності.

Список використаних джерел:

1. European Institute for Gender Equality. URL: <https://eige.europa.eu>
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Державна служба України з питань праці. URL: <http://dsp.gov.ua>
4. Кривець Н. В. Міжнародна організація праці. Енциклопедія історії України. Інститут історії України НАН України, 2009 р.
5. Стратегія Ради Європи 2018-2023. URL: <http://www.coe.int>
6. EU pay GAP. URL: https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/gender-equality/equal-pay/gender-pay-gap-situation-eu_en
7. Проект ЄС-МБП «Рівність жінок і чоловіків у світі праці». URL: <http://www.gender.ilo.org.ua>

МАЩЕНКО М.А., к.е.н., доцент,
*доцент кафедри економічної теорії, статистики та прогнозування,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця*

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ ДЕРЖАВНО- ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ІНВАЙРОНМЕНТАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Соціально-економічний розвиток держави залежить від забезпечення інвайронментальної безпеки на макро- та мікроекономічному рівнях. Однією з умов інвайронментальної безпеки є державно-приватне партнерство. Питання державно-приватного партнерства щодо забезпечення інвайронментальної безпеки є малодослідженими.

Інвайронментальна безпека – це стан захищеності економіки та навколишнього середовища, який дозволяє зберігати стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз, здатний до вирішення проблем збалансованого розвитку економіки й поліпшення стану навколишнього середовища та сприяє розробці й реалізації національних концепцій екологічно стійкого розвитку й механізму його забезпечення [1, с. 55].

Теоретичні дослідження співпраці приватного сектору та держави показують, що не існує єдиної думки щодо сутності державно-приватного партнерства.

Данилишин Б.М. під державно-приватним партнерством розуміє одну з форм співпраці держави та приватного сектору економіки, яка дозволить підвищити ефективність від реалізації масштабних проектів у рамках економіки країни в цілому [2].

Так, вчені Павлюк К.В. і Павлюк С.М. вважають, що економічна інтерпретація державно-приватного партнерства у найширшому сенсі цього поняття полягає у конструктивному співробітництві уряду та приватного сектору у політичних, соціальних, гуманітарних та інших областях [3].

Важливого значення набуває формування організаційно-економічної моделі державно-приватного партнерства, що є необхідною умовою забезпечення інвайронментальної безпеки.

Дослідження принципів, методів і напрямків реалізації механізмів державно-приватного партнерства дозволило побудувати організаційно-економічну модель його функціонування з метою підвищення рівня інвайронментальної безпеки промислових підприємства (рис. 1).

Організаційно-економічну модель функціонування державно-приватного партнерства у сфері забезпечення інвайронментальної безпеки визначено як систему зі зворотнім зв'язком.

Елементами організаційно-економічної моделі державно-приватного партнерства є: економічна, екологічна, соціальна підсистеми.

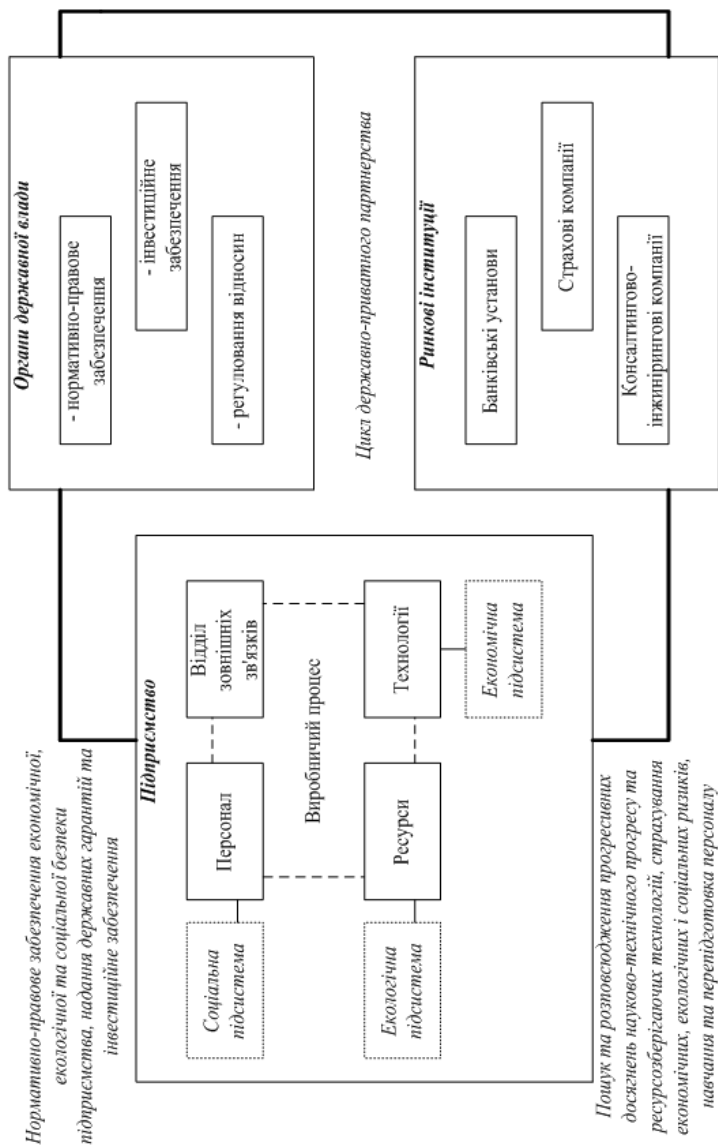


Рис. 1. Організаційно-економічна модель державно-приватного партнерства у забезпеченні інфраструктурної безпеки

Ця модель реалізує через механізм взаємодії з органами державної влади та ринковими інституціями (банківські установи, страхові та консалтингово-інжинірингові компанії) заходи щодо підвищення рівня інвайронментальної безпеки промислових підприємств, а також сприяє розповсюдженню передових досягнень науково-технічного прогресу та ресурсозберігаючих технологій, впровадженню у виробничий процес підприємств раціональних технологій їх організації та провідних зразків технічних засобів, підвищенню кваліфікації кадрів підприємств, впровадженню технологій екологобезпеченого виробництва.

Механізм державно-приватного партнерства у сфері забезпечення інвайронментальної безпеки промислових підприємств доцільно реалізовувати на трьох рівнях взаємодії:

- перший рівень – підприємства. На цьому рівні забезпечується взаємодія між окремими підприємствами з питань реалізації природоохоронних заходів і впровадження передових технологій;

- другий рівень – взаємодія з ринковими інституціями. На другому рівні реалізується взаємодія з фінансово-кредитними установами з питань надання фінансових ресурсів, консалтингово-інжиніринговими компаніями з питань підбору та підвищення кваліфікації кадрів, проведення маркетингових досліджень ринків ресурсозберігаючих технологій та оновлення виробничих фондів, пошуку стратегічних партнерів тощо;

- третій рівень – взаємодія з державою. На цьому рівні забезпечується взаємодія з державними установами, включаючи органи місцевої та центральної влади, щодо реалізації механізмів фінансування природоохоронної та ресурсозберігаючої діяльності підприємств, реалізації соціальних проєктів тощо.

При цьому ринковий рівень державно-приватного партнерства запропоновано визначати як цілісну систему ринкової взаємодії його учасників, що формується під впливом низки факторів на принципах рівності та добровільності у процесі забезпечення інвайронментальної безпеки промислових підприємств, що дозволить забезпечити підвищення ефективності діяльності кожного учасника партнерства, покращити якість їх інформаційного забезпечення, створити нові конкурентні переваги для учасників партнерства та професійний розвиток кадрів партнерства, а також інноваційних підходів до забезпечення інвайронментальної безпеки.

Державний рівень партнерських відносин державно-приватного партнерства відображає його довгострокові взаємовигідні відносини з суб'єктами взаємодії: промисловими підприємствами та ринковими інституціями. При цьому метою формування державного рівня партнерських відносин є забезпечення активного економічного розвитку та інвайронментальної безпеки промислових підприємств і підвищення функціональності й якості взаємодії як на державному, так і на ринковому рівні.

Список використаних джерел:

1. Машенко М. А. Теоретичне обґрунтування сутності економічної категорії «Інвайронментальна безпека». *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2017. № 60. С. 49–55.
2. Данилишин Б. Державно-приватне партнерство – стратегічна форма взаємодії влади і бізнесу. URL: <http://news.yurist-online.com/news/kmu/2>
3. Павлюк К. В., Павлюк С. М. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2010. Вип. 17. С. 10-19.

ОПАЛЬКО В.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СОТУЛА О.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПОМ'ЯКШЕННЯ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОЇ НЕРІВНОСТІ

Концепція інклюзивного розвитку має велике значення для України у зв'язку з тим, що українська економіка перебуває на етапі реформування сучасної економічної системи, коли стали очевидними такі прояви нерівності, як недоступність низки соціальних послуг, підвищення стандартів життя при збереженні низького рівня доходів, особливо для соціально незахищених верств населення, і, відповідно, зниження можливостей для людського розвитку. Вітчизняні соціально-економічні програми та стратегії останніх років втрачають свою актуальність та доцільність у контексті нового глобального виклику – формування інклюзивного розвитку.

Метою дослідження є обґрунтування доцільності та розробка рекомендацій щодо формування концептуальних засад інклюзивного розвитку в Україні як основи для пом'якшення соціально-економічної нерівності у сучасних умовах розвитку.

Визначена багатовекторність точок зору вчених на регулювання процесами нерівності, надає можливість визнати, що соціально-економічна нерівність пов'язана з: нерівним або обмеженим доступом до ресурсів матеріального й духовного споживання, соціальних послуг; нерівномірним розподілом доходів, майна, багатства; нерівними життєвими шансами та можливостями задовольняти потреби.

Останнім часом Всесвітній Економічний Форум (далі – ВЕФ) розраховує композитний індекс інклюзивного розвитку (IDI) [1]. Цей новий глобальний індекс має більш комплексний зміст в порівнянні із загальноприйнятими рейтингами на основі ВВП на душу населення. За даними звіту ВЕФ 2018,

Україна займає 49-е місце серед країн, що розвиваються у рейтингу IDI, що значно нижче, ніж це було п'ять років тому. Причинами погіршення рейтингу експерти визначають бойові дії на сході країни та нестабільну соціально-економічну ситуацію, що нівелюють ефект існуючого прогресу, негативно впливають на найменш забезпечені верстви населення, та спонукають талановитих людей до еміграції у пошуках кращих можливостей. В Україні рівень нерівності доходів і бідність за офіційними даними Держкомстату України, мають не дуже високі значення, проте фактично за останні 5 років доходи населення знецінилися у 3,5 рази, ціни на продукти харчування зросли у 3,2 рази, різниця в доходах незаможних і багатих верств населення сягає 40 і більше разів [2].

Вважаємо, що саме інклюзивний розвиток є тим механізмом, який забезпечить перманентні трансформаційні процеси, що підвищать ефективність розподілу доходів, рівень добробуту та забезпечать реальний доступ до ресурсів для більшості населення. Аналіз свідчить, що українська система освіти підтримує інклюзивне зростання, з доволі високим рівнем можливостей для студентів із різних соціально-економічних верств населення.

Проте загальна стратегія інклюзивного зростання в Україні поки що відсутня. У 1992 р. Україна приєдналася до програмного плану дій ООН «Порядок денний на XXI століття», який зобов'язує держави здійснювати економічний розвиток на принципах збалансованості. У 2015 році було затверджено Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» [3], яка передбачає низку реформ, метою яких є досягнення європейських стандартів життя та досягнення Україною гідного місця у світі. Проте скороченню нерівності та інклюзивному розвитку приділено недостатньо уваги. Першим кроком до інклюзивної економіки в Україні можна вважати запропонований у 2018 році проект Закону України «Стратегія сталого розвитку України до 2030 року». Де декілька підрозділів присвячено інклюзивному збалансованому зростанню, інклюзивним спільнотам та інклюзивним інституціям, проте чітко не зазначено інструменти та механізми щодо створення відповідного правового поля для інклюзивного зростання.

На нашу думку, концептуально процес реалізації інклюзивного розвитку передбачає моделювання певного конструкта, який, у свою чергу, може бути заснований на використанні системного, інституційного та діяльнісного підходів. У відповідності з системним підходом, інклюзивний розвиток можна розглядати, як систему взаємозв'язаних компонентів. Елементами системи інклюзивного розвитку виступають: інклюзивна політика, управлінські суб'єкти, здатні до реалізації інклюзивного розвитку, інклюзивне середовище, інклюзивні практики тощо. Інституційний підхід до інклюзивного зростання означає розвиток якісної інфраструктури, забезпечення рівноправного доступу до неї для всіх членів суспільства, формування інклюзивних інституцій на всіх рівнях, впровадження заходів запобігання проявам дискримінації тощо. Діяльнісний підхід - це процес діяльності людини, спрямований на становлення його інклюзивної свідомості, інклюзивної поведінки та розвитку особистості в цілому (рис.1).

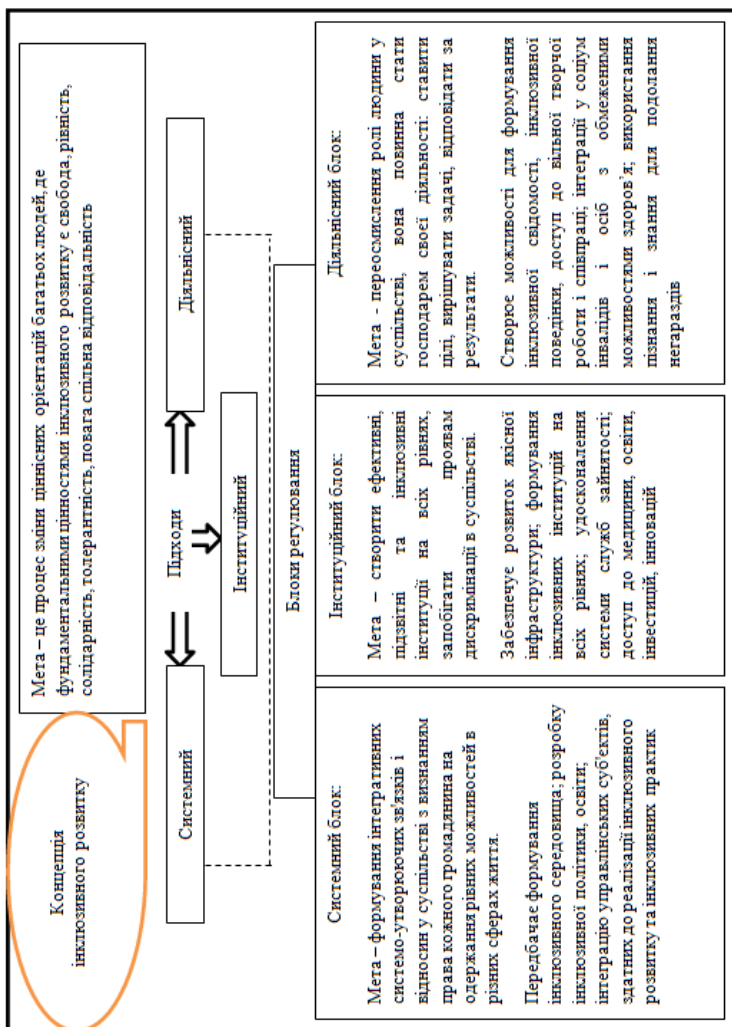


Рис. 1. Концептуальні елементи моделі інклюзивного розвитку

Створена у рамках даного дослідження теоретична модель інклюзивного розвитку включає в себе три основних блоки-концепції, які можуть бути далі інтерпретовані як теоретичні категорії дослідження. Кожен з цих блоків, по суті, може бути розглянутий як самостійна система.

Тому, з урахуванням національного та світового досвіду пропонуємо розглянути деякі механізми щодо скорочення (пом'якшення) нерівності, які можуть бути застосовані у концепції інклюзивного розвитку. Механізм перший – глобальний (міжнародний) вплив на створення національних програм інклюзивного розвитку. Міжнародні норми забезпечують критичний підхід до національного середовища, а глобальні виклики стимулюють пришвидшення розробки національних програм інклюзивного розвитку. Другий механізм – інституційний: формування, розробка і створення національних інститутів або удосконалення існуючих, які здійснюють ефективний розподіл доходів та благ. Третій механізм охоплює політику доходів, яка має спрямовуватися у двох основних напрямках. По-перше, вирівнювання доходів від зайнятості шляхом встановлення обмежувальних рамок: «знизу» – аргументований розмір мінімальної заробітної плати, «зверху» – фіскальна політика, зокрема прогресивна шкала оподаткування. По-друге, підтримка справедливих пропорцій в оплаті праці залежно від складності та соціальної значущості виконуваної роботи, насамперед у бюджетному секторі.

Таким чином, модель інклюзивного розвитку є найбільш прийнятною для нашої країни у сенсі скорочення соціально-економічної нерівності. Нерівність є результатом економічних процесів і соціальних відносин розвитку у суспільстві. Запропонована модель інклюзивного розвитку включає в себе три основних блоки-концепції: системний (інклюзивна політика, освіта, управлінські суб'єкти, інклюзивне середовище, інклюзивні практики); інституційний (якісна інфраструктура, інклюзивні інституції на всіх рівнях, антидискримінаційні заходи); діяльнісний (діяльність людини, спрямована на становлення його інклюзивної свідомості, інклюзивної поведінки і розвитку особистості). Усі блоки взаємопов'язані між собою, що дозволяє комплексно оцінити кінцеві результати.

Список використаних джерел:

1. The Inclusive Development Index 2018. World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-inclusive-development-index-2018> (дата звернення: 23.10.2018).
2. Обстеження умов життя домашніх господарств: "Витрати і ресурси домогосподарств України" // Державна служба статистики України. URL: ukrstat.gov.ua.
3. Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна - 2020». URL: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>

СИДОРЕНКО-МЕЛЬНИК Г.М., к.е.н., доцент,
*доцент кафедри фінансів та банківської справи,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

ЛУПИР М.М., магістрант,
*спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДОМОГОСПОДАРСТВ: МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

Теоретичний аналіз сутності та факторів забезпечення фінансової безпеки домогосподарств доводить залежність фінансового стану домогосподарств не лише від результатів їх фінансової діяльності, а й від тісно с нею пов'язаної – соціальної складової, а також певних суспільних чинників.

Згідно з методичними підходами до оцінки фінансової безпеки домогосподарства до складу показників, що підлягають урахуванню, науковці пропонують залучити наступні: ВВП на душу населення та ВВП на одне домогосподарство, рівень інфляції за рік, соціальні витрати на душу населення та соціальні витрати на домогосподарство, показник соціальної нерівності (квінтільний коефіцієнт диференціації доходів населення), сукупні витрати (споживання) на душу населення, рівень безробіття, динаміку заборгованості з виплати заробітної плати, середню тривалість життя, а також чисельність населення, яке навчається.

Аналізуючи систему пропонованих показників, слід звернути увагу на те, що за своєю сутністю вони не повною мірою характеризують стан саме фінансової безпеки, оскільки майже не враховують параметрів фінансового стану домогосподарства. До таких, нашу думку, належать показники, що характеризують формування й використання їх фінансових ресурсів.

На нашу думку, система показників оцінки фінансової безпеки домогосподарств має враховувати, насамперед, джерела формування доходів населення, відносні показники їх достатності, а також обсяги витрат населення і, відповідно, їх достатність, з точки зору забезпечення мінімальних соціальних стандартів життя. В якості останніх можуть бути застосовані показники мінімальної заробітної плати, мінімальної пенсії, загального розміру мінімального прожиткового мінімуму на одну особу. Такі параметри є своєрідними граничними величинами, що характеризують безпеку або небезпеку фінансового та матеріального становища домогосподарства або окремої особи [1, с. 226]. Крім того, необхідно залучити до аналітичної системи показники джерел доходів, як то середня заробітна плата, середній розмір мінімальної пенсії, середній розмір доходів на душу населення тощо.

З метою побудови системи показників оцінки фінансової безпеки домогосподарства важливо також врахувати сучасні глобальні тенденції у сфері забезпечення гідного рівня життя населення, адже одним із пріоритетів розвитку

України на шляху до глобального партнерства є подолання бідності. Саме тому, поряд з показниками мінімальних соціальних гарантій, доцільним також вважаємо взяти до уваги показники межі бідності за основними рівнями її визнання – за критерієм мінімального прожиткового мінімуму, за відносним критерієм, та межі крайньої бідності (зубожіння) за відносним критерієм на одну особу на місяць.

Для формування більш чіткої уяви про фінансовий стан домогосподарств запропоновані індикатори розподілено за змістом на чотири групи:

1) показники потенціалу забезпечення фінансової безпеки (ВВП на душу населення за місяць, грн.; ВВП на 1 домогосподарство за місяць, грн.; інфляція за рік, %; середній розмір допомоги громадянам, які перебували у важких життєвих обставинах у розрахунку на одну особу, грн.; показник соціальної нерівності (квінтільний коефіцієнт диференціації доходів населення); доходи на душу населення за місяць, грн.; доходи на одне домогосподарство, грн.; рівень безробіття, %; динаміка заборгованості з заробітної плати населенню, млн. грн.; середня тривалість життя у жінок, років; середня тривалість життя у чоловіків, років; динаміка людей, які отримують освіту, тис. осіб; частка населення, яке навчається у ВНЗ III-IV р.а., до загальної чисельності тих, хто навчається);

2) показники платоспроможності (середньомісячна номінальна заробітна плата, грн.; середньомісячна реальна заробітна плата, грн.; співвідношення номінальної і мінімальної заробітної плати, %; середній розмір пенсії, грн.);

3) показники фінансової стійкості (співвідношення доходу на душу населення та межі бідності за прожитковим мінімумом; співвідношення доходу на душу населення та межі бідності за відносним критерієм; співвідношення доходу на душу населення та межі крайньої бідності за відносним критерієм);

4) показники витрат та інвестиційного потенціалу (витрати (споживання) на душу населення за місяць, грн.; витрати (споживання) на одне домогосподарство, грн.; інвестиційний потенціал, грн.; коефіцієнт інвестиційного потенціалу).

Безперечно, систему оцінки фінансової безпеки як комплекс показників навряд чи можна визнати завершеною, якщо не передбачити можливість згортання включених до неї показників до одного узагальнюючого показника, який власне й надає інтегральну оцінку стану фінансової безпеки домогосподарств за певний період часу і дозволяє виявляти та порівнювати зміни стану фінансової безпеки як у динаміці (за декілька періодів), так і в просторі (наприклад, для держави в цілому, окремих її регіонів тощо).

При визначенні інтегрального показника фінансової безпеки домогосподарств України слід врахувати, що до пропонованої системи індикаторів увійшли показники різні за одиницями виміру, економічним змістом, абсолютні та відносні, що не дозволяє застосовувати до них методи аналітичного узагальнення без відповідної адаптації.

З метою приведення індикаторів фінансової безпеки до співставного вигляду в аналітичній практиці застосовуються методи нормування (або стандартизації), що дозволяють перетворити різномірні вихідні дані на однорідні [1]. Для вирішення цієї проблеми в нашому випадку є придатним метод побудови

інтегрального показника, який у найбільш загальному випадку розраховується за певною схемою, яку й було покладено в основу побудови інтегрального показника фінансової безпеки домогосподарств (рис. 1).

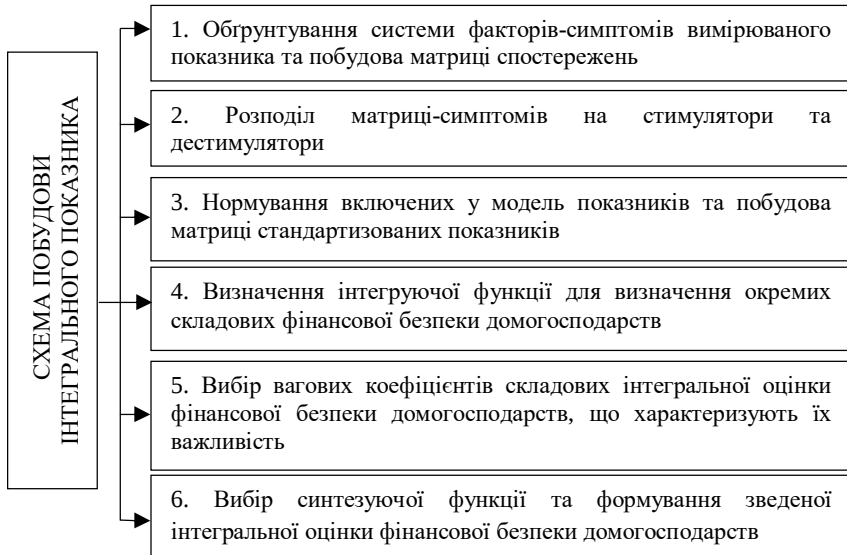


Рис. 1. Схема побудови інтегрального показника оцінки фінансової безпеки домогосподарств

Джерело: побудовано на основі [2], с. 17.

Відомо [2], що ознака називається стимулятором (має зростаючу залежність якості), якщо вищим значенням ознаки відповідає краща якість альтернативи. Ознака називається дестимулятором (має спадаючу залежність якості), якщо нижчим значенням ознаки відповідає краща якість альтернативи. З метою незалежності інтегрального показника від одиниць вимірювання вихідних ознак необхідно провести процедуру уніфікації шкал, за якої можливі значення ознак завжди будуть обмежуватись відрізком $[0; 1]$. При цьому нульове значення перетвореного показника буде відповідати найгірший його якості за даною властивістю, а значення, рівне 1, – найвищий.

Якщо базовий індикатор є стимулятором, перетворення пропонуємо здійснювати за правилом (1):

$$\tilde{x}_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_{cj}} \quad (1)$$

де x_{ij} – значення j -того показника для i -тої альтернативи;

x_{cj} – еталонне (максимальне) значення j -того показника.

Для базового індикатора, який є дестимулятором, формула стандартизації набуває вигляду (2):

$$\tilde{x}_{ij} = \frac{x_{ej}}{x_{ijj}} \quad (2)$$

x_{ej} – еталонне (мінімальне) значення j -того показника.

Результативний показник набуває значень від 0 до 1 і по мірі збільшення його величини рівень фінансової безпеки домогосподарств підвищується.

Запропонований підхід до оцінювання передбачає певний узагальнюючий метод побудови оцінок якісних індикаторів, що забезпечує вирішення завдання оцінки фінансової безпеки домогосподарств незалежно від кількості елементів, що входять до системи, яка моделюється, і форми взаємозв'язку між ними. Враховуючі всі суттєві складові, що мають вплив на формування фінансової безпеки домогосподарств, маємо можливість побудувати модель інтегральної оцінки рівня фінансової безпеки домогосподарств України (рис. 2).

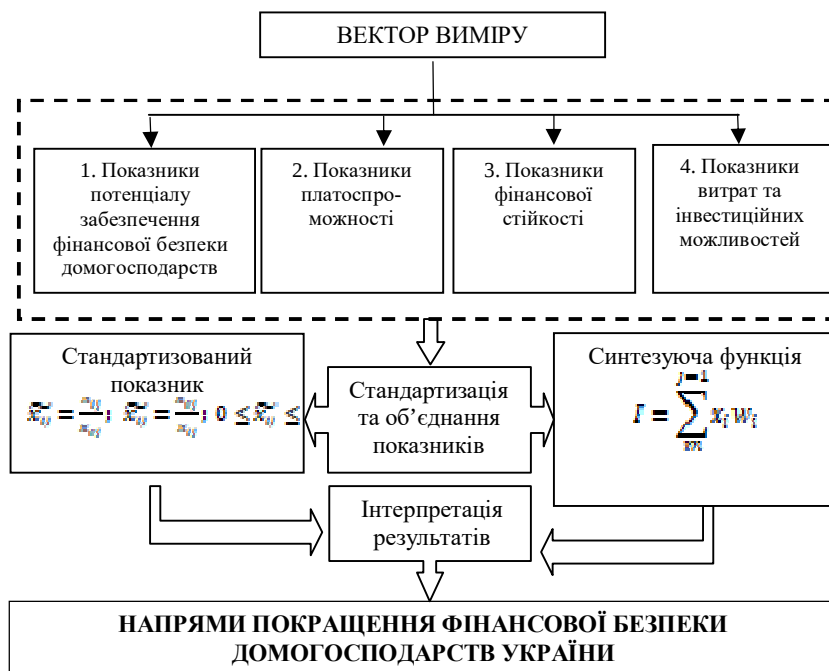


Рис. 2. Модель інтегральної оцінки рівня фінансової безпеки домогосподарств України

Джерело: авторська розробка.

Список використаних джерел:

1. Твардовська Л. М., Півняк Ю. В., Чабаненко М. В. Проблема визначення економічної безпеки домашніх господарств в умовах ринкової економіки. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер.: Економіка*. 2012. Вип. 19. С. 226-229.
2. Хамханова Д. Н. Общая теория измерений: уч. пособ. Улан-Уде: Изд-во ВСГТУ, 2006. 168 с.

СНІТКО Є.О., канд. техн. наук, доцент,
завідувач кафедри менеджменту,
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

ДРАЧУК Ю.З., д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту,
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

АСПЕКТИ СУЧАСНОГО ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Якість життя та освітній потенціал населення багато в чому визначається рівнем освіти і культури жителів, їх світоглядною орієнтацією і духовним розвитком, можливістю систематично одержувати і використовувати необхідну інформацію. Освіта, що відповідає сучасним потребам суспільства та ринку праці, дозволяє сформувати у кожної людини здатність швидко адаптуватися до сучасних соціо-економічних реалій, а це стає найважливішою умовою успішного і стійкого розвитку. Спільні цінності, прийняті більшістю, культура і моральні установки, а також створені в країні інтелектуальний, інфраструктурний, промисловий і інформаційний потенціали виступають критеріями якості життя всіх жителів України.

Менеджмент на рубежі XX і XXI ст. ознаменувався новими методологічними підходами у вирішенні проблем управління процесом створення і збільшення цінності. Сутністю даної методології є органічна єдність прогресивних методів управління, зведених в ранг етичних норм вирішення управлінських завдань, з метою забезпечення «... зниження потреб споживачів, ... для постійної підтримки покращень» [1, с. 58]. У процесі сучасного реформування освіти на перший план висуваються такі функції менеджменту, як підтримка освітніх ініціатив і нововведень щодо створення умов, що забезпечують стабільне функціонування й розвиток освітніх систем, розвиток і самореалізацію учасників освітнього процесу, правовий та економічний захист права на повноцінну освіту та її суб'єктів тощо. Досягається реалізація даних цілей на основі структурованого і безперервного процесу, спрямованого на створення такої цінності і такого її збільшення, за яку готовий платити споживач. В основі даного процесу лежить прагнення до зростання доданої

цінності, що дозволяє їй забезпечити збільшення доходів і підвищувати рівень конкурентоспроможності.

Як зазначається в роботі [2] «Додана вартість формує основу національного багатства, яке є базисом економіки розвитку держави, територіальних громад, підприємств, сім'ї і людини». В основі раціонального використання цього чинника лежить система управління, що забезпечує скорочення витрат, підвищення якості продукції або послуги в поєднанні з постійним пошуком таких управлінських рішень, які б усували втрати. В даній системі управління забезпечується процес створення і зростання вартості до такого рівня, за який споживач готовий платити. Таким чином, прогресивні ідеї у вирішенні управлінських завдань реалізуються у створенні і використанні такої системи менеджменту, де забезпечується процес постійного збільшення вартості. Це квінтесенція не тільки комерційного успіху організації, але і її конкурентних переваг. Особливу значимість і затребуваність вони набувають в умовах економічної кризи і використовуються з метою його подолання. А економічною основою стабільності та розвитку є створення і реалізація додаткових цінностей.

У сучасному світі при створенні доданої цінності неминуче використовується людська праця. Прикладами створення і споживання доданої цінності без застосування праці в масштабах країни можна знехтувати через їх малу питому вагу.

Так само, як створення доданої цінності потребує використання праці, так і сама праця потребує сприятливих умов для свого ефективного застосування. З одного боку, необхідні ефективні засоби виробництва, з іншого – потрібно соціальне середовище, що дозволяє ефективно формувати, розподіляти, підтримувати і відновлювати трудовий і кваліфікаційний потенціал. Отже, процес створення та споживання доданої цінності можна уявити як взаємодію трьох груп економічних суб'єктів: працівників, організаційної та адміністративно-соціальної інфраструктур. Для результативного функціонування він потребує ефективного управління.

На всіх рівнях управління в освіті України не визначена проблема, без вирішення якої неможливо не тільки створення доданої вартості, а й вартості економічних благ. Вона відноситься до розряду економічної і соціальної відповідальності бізнесу та держави за процес розширеного відтворення кваліфікованої робочої сили на різних рівнях управління, і особливо у вищих навчальних закладах.

Найважливішою компонентою успіху інноваційної стратегії розвитку є висококваліфіковані кадри вчених, інженерів і робітників. Тільки наявність вчених, інженерів і робітників високої кваліфікації, здатних впроваджувати високі технології, дозволяє освоювати інноваційні продукти і товари тривалого користування на основі оригінальних технологій.

Рішення цих проблем знаходиться в площині пошуків додаткових фінансових ресурсів та у системі розподілу і привласнення вартості, її збільшення. У зв'язку з цим особливого значення набуває якісна визначеність доданої вартості. Додана вартість і в даний час постає як: «Різниця між

ринковою ціною обсягу продукції, виробленої підприємством, і витратами на покупку у постачальників сировини, матеріалів і напівфабрикатів» [3, с. 141].

У другій половині XX століття в економічній теорії додана вартість отримала «права громадянства». В основному це пояснюється введенням спеціального податку – ПДВ. Якщо є податок, то треба вивчати його базу – додану вартість. Це дослідження не досягло визначення якісної визначеності, методів оптимального управління процесами створення і розподілу, але привертає увагу економістів з метою вимірювання його кількісних параметрів.

В західній економічній літературі додана вартість досліджується на основі кількісного підходу за допомогою використання ринкових цін і грошової її оцінки. Такий підхід притаманний і українським економістам. Однак тільки пізнання внутрішніх зв'язків механізму її створення і розподілу дозволить створити ефективну систему управління даним процесом.

За останні 25 років модель освітніх послуг змінилася. Сьогодні університети надають свої послуги по всьому світу.

Це стало причиною появи міжнародних освітніх ланцюжків, які змінили порядок функціонування освітніх і бізнес-моделей по всьому світу

В економічно взаємозалежному світі важливість глобальних ланцюжків створення доданої вартості (ГЛВ) продовжує зростати, тому законодавцям необхідно розуміти всі наслідки цього процесу, зокрема для освітньої політики.

Сектор освітніх послуг відіграє важливу роль в роботі цих ГЛВ і міжнародних виробничих мереж, особливо в галузі транспорту, зв'язку та інших ділових послуг. Участь або неучасть в ГЛВ може вплинути на процеси розвитку, зачіпати як країни, що входять в ланцюжок створення вартості, так і країни, які не задіяні в них. Послуги також можуть формувати власні ланцюжки створення вартості.

Таким чином, освітня політика вимагає переоцінки і поновлення, щоб відобразити нову структуру світової освіти і роботи ГЛВ. Діючі правила були створені для XX століття, коли освітні послуги надавалися повністю або головним чином однією країною. Ці правила могли застаріти для впорядкування і моніторингу сучасних моделей міжнародних освітніх послуг.

ГЛВ привели до появи дихотомії між реаліями освіти і його нормативним регулюванням, і ця проблема потребує вирішення. Міжнародне співробітництво з питань освітньої політики також має бути переосмислено в світлі ГЛВ.

Якісна освіта сьогодні виступає умовою забезпечення сталого демократичного розвитку суспільства. Знання та вміння їх використовувати в досягненні конкурентних переваг по своїй суті є конкурентною перевагою.

Виробництво сьогодні – це багато в чому інтелектуальна діяльність, тобто у великій мірі нематеріальний, інноваційний внесок інженерів, бухгалтерів, конструкторів, дизайнерів, HR-менеджерів, маркетингових, IT-фахівців. Основна частина економічного ефекту досягається за рахунок вживання нових знань, всеосяжного навчання персоналу і співпраці з партнерами та контрагентами.

Особливість економіки, заснованої на знаннях, це значне зростання ролі менеджменту в галузі інтелектуальних ресурсів. В цьому сенсі надзвичайного значення набувають інноваційні процеси в освітній системі. Необхідність розвитку інноваційних процесів у сфері вищої освіти призначається на всіх рівнях

системи освіти. Матеріальна зацікавленість в інноваційній діяльності, об'єднання вузівських колективів, співпраця в інноваційних процесах, зацікавленість викладацького складу, їх вміння міняти звичні форми і методи розвитку інноваційних процесів – це фактори, що обумовлюють і вдосконалюють рівень сучасного освітнього менеджменту, освітньої інновації.

Інноваційний процес в освітній системі включає ряд складових, що стосуються створення, освоєння та застосування нововведень, де констатується, що змінювати, як змінювати, хто має робити зміни, для чого проводити зміни і як визначити їх оптимальність та ефективність. При цьому виділяються критерії інновацій, де ключовим є ефективність. Будь-яка інновація покликана забезпечувати ефективність освітнього процесу, у рамках якого здійснюється мінімально необхідна сукупність інновацій, що дає змогу значно підвищити його ефективність [4, с. 159].

Освіта, що відповідає сучасним потребам суспільства та ринку праці, дозволяє сформуванню у кожної людини здатність швидко адаптуватися до сучасних соціо-економічних реалій, що стає найважливішою умовою успішного і стійкого розвитку. І метою навчання сьогодні поряд з придбанням знань і навичок, необхідних безпосередньо для здійснення трудової діяльності, є формування професійних компетенцій.

Список використаних джерел:

1. Рамперсад Х, Эль-Хомси А. TPS – Lean Six Sigma. Новый подход к созданию высокоэффективной компании. РИА «Стандарты и качество». М.: 2009.
2. Гурняк І. Л., Дацко О. І., Яремчук О. І. Додана вартість як базис економічного розвитку територіальних громад. *Регіональна економіка*. 2015. № 1. С. 37-47.
3. Вечканов Г. С., Вечканова Г. Р. Современная экономическая энциклопедия. СПб., 2002.
4. Алфімов Д. В. Інноваційна освітня система вищої школи: шляхи відродження. Педагогічні інновації: ідеї, реалії, перспективи: зб. наук. пр. / Ред. кол. Л. І. Даниленко та ін. К.: Логос, 2000. С. 158-160.

СОКОЛЮК С.Ю., к.е.н., доцент,

*доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Уманський національний університет садівництва*

ГАРМОНІЗОВАНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ, ЯК ОСНОВА МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ

В умовах жорсткої конкуренції за ресурси і споживача без гармонійного здійснення інтересів фінансово-економічних відносин забезпечити стійкий розвиток, ефективне й успішне функціонування підприємства у сучасних умовах складно. Нові умови ведення бізнесу потребують від підприємств створення, утримання та розвитку унікальних ресурсів, здібностей,

організаційних компетенцій. Взагалі, діалектика інтересів гармонізації складна й неоднозначна. При цьому сучасні тенденції суспільного прогресу не потребують жорсткої регламентації інтересів «від загального до одиничного» або навпаки, а спрямовані на їх гармонізацію, збіг, спільність, єдність, у тому числі на всіх рівнях управління підприємством.

Саме гармонійний розвиток аграрного сектора економіки є основою розвитку інституту зайнятості. Так, частка зайнятого населення у аграрному секторі економіки України становить 17 %, за останні роки розмір заробітної плати в аграрному секторі зростає, що є дієвим фактором мотивації праці (рис. 1).

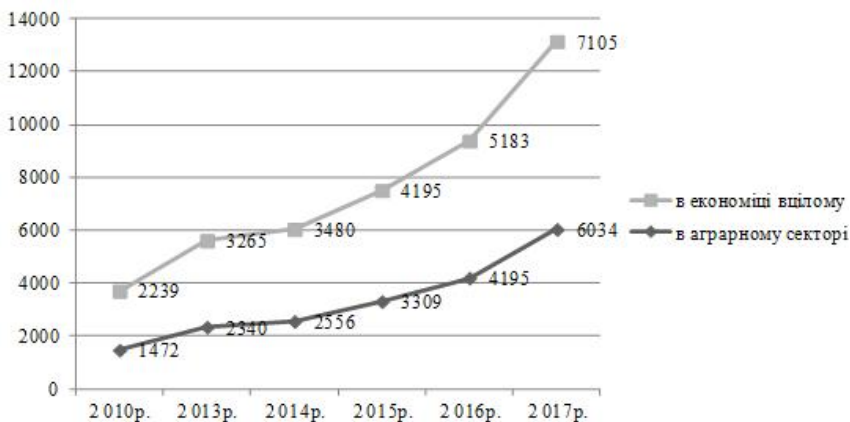


Рис. 1. Динаміка рівня середньомісячної заробітної плати в національній економіці та в аграрному секторі зокрема, грн

Дослідження динаміки заробітної плати в аграрному секторі економіки показало її зростання, починаючи з 2010 р. За 2010-2017 рр. рівень середньомісячної плати в країні та аграрному секторі економіки відрізнявся близько на 20 %. В 2017 р. розмір середньомісячної заробітної плати в аграрному секторі становив 6034 грн. В цілому, за досліджуваний період розмір середньомісячної заробітної плати в економіці країни зріс на 4866 грн, а в аграрному секторі на 4562 грн.

Потрібно відмітити, що за видами економічної діяльності найвища номінальна середньомісячна заробітна плата протягом 2013-2017 років була у працівників сфери фінансової діяльності – 10227 грн., інформаційних та телекомунікаційних технологій – 9530 грн та державному управлінні – 5953 грн. Найнижчою – поштовій та кур'єрській діяльності, охороні здоров'я, освіті, сільському господарстві, табл. 1.

Таблиця 1

Середньомісячна заробітна плата за секторами економіки України, млн грн

Вид діяльності	2010	2013	2014	2015	2016	2017
Усього	2250	3282	3480	4195	5183	7104
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	1467	2344	2556	3309	4195	6057
з них сільське господарство	1472	2340	2556	3309	4195	6054
Промисловість	2578	3774	3988	4789	5902	7631
Будівництво	1777	2727	2860	3551	4731	6251
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	1898	3049	3439	4692	5808	7631
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	2648	3582	3768	4653	5810	7688
Тимчасове розміщування й організація харчування	1424	2195	2261	2786	3505	4988
Інформація та телекомунікації	3185	4659	5176	7111	9530	12018
Фінансова та страхова діяльність	4695	6326	7020	8603	10227	12865
Операції з нерухомим майном	1864	2786	3090	3659	4804	5947
Професійна, наукова та технічна діяльність	2914	4505	5290	6736	8060	10039
з неї наукові дослідження та розробки	2901	4059	4268	4972	6119	8212
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	1826	2546	2601	3114	3995	5578
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	2735	3719	3817	4381	5953	9372
Освіта	1884	2696	2745	3132	3769	5857
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1616	2351	2441	2829	3400	4977
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	2129	3343	3626	4134	4844	6608

Тож з метою подальшого гармонійного розвитку і адаптації аграрного сектора економіки до європейських та світових умов, забезпечення населення якісними доступними продовольчими продуктами, розширення експортного потенціалу країни доцільно звернути увагу на реалізацію наступних питань:

- збільшення рівня державної підтримки аграрного сектора економіки;
- розвиток інфраструктури аграрного ринку;
- стимулювання розвитку обслуговуючих кооперативів із зберігання, транспортування та первинної обробки аграрної продукції;
- підвищення міжнародної конкурентоспроможності продукції вітчизняного аграрно-промислового виробництва;
- подальше нарощування експорту і розширення географії поставок аграрної продукції;
- інтенсифікувати зв'язки між усіма учасниками аграрного ринку;
- нарощувати обсяги інвестиційної діяльності;
- забезпечити правове нормування базових екологічних вимог до аграрного виробництва;
- реалізовувати наукові дослідження в практиці аграрних підприємств;
- звернути увагу на питання розвитку мотивації праці працівників аграрного сектора економіки.

Отже, аграрний сектор економіки виступає гарантом продовольчої безпеки держави та формує конкурентні переваги країни на міжнародному економічному просторі. Україна має значні можливості для подальшого розвитку аграрного сектора та перетворення його у високоефективну сферу економіки. Сприятливі ґрунтово-кліматичні умови, родючі землі та вмотивовані працівники сприяють подальшому його розвитку, одержанню врожаїв аграрних культур в обсягах, достатніх для забезпечення внутрішніх потреб і формування експортного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Кобзев І. С. Проблеми раціонального використання та відтворення природного ресурсного потенціалу в аграрній сфері України. *АгроІнком*. 2011. № 10–12. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/agroin/2011_10-12/KOBZEV.pdf
2. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua
3. Задорожна Л. М. Оцінка стану інституційного забезпечення розвитку ринку інновацій в аграрній сфері. *Молодий вчений*. 2015. № 7(22). С. 70–75.

СТЕЛЬМАХ В.В., магістрант,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність використання трудових ресурсів підприємства є одним із основних якісних показників діяльності будь-якого суб'єкта господарювання. Від зростання продуктивності праці персоналу та робітників залежать якість і обсяги випуску продукції на підприємстві, чисельність працівників, рівень заробітної плати та фінансовий результат діяльності підприємства в цілому. Трудові ресурси як об'єкт управління являють собою сукупність взаємопов'язаних елементів, що характеризують населення, яке має необхідний фізичний розвиток, розумові здібності та знання для роботи в різних галузях народного господарства.

Управління персоналом підприємства є основою його діяльності, про ефективність якого свідчать високі результати підприємницької діяльності та конкурентоздатність.

Основною метою управління трудовими ресурсами є забезпечення мінімізації витрат підприємства на формування та утримання трудових ресурсів та максимізація результатів від їх використання.

Стратегічними цілями управління трудовими ресурсами підприємства є:

- формування чисельності та складу працівників підприємства, які відповідають специфіці його діяльності та здатні забезпечувати реалізацію завдань з його розвитку;
- вибір найбільш ефективних форм залучення трудових ресурсів на підприємство;
- пошук та застосування ефективних форм мотивації та матеріального стимулювання персоналу [2].

Кожне підприємство розробляє конкретну програму розвитку трудового потенціалу, яка повинна забезпечити ефективне управління продуктивністю праці. Її розробка певною мірою залежить від чинників виробничої діяльності підприємства, які сприяють зміні показника продуктивності праці.

Напрямами покращення ефективного використання трудових ресурсів підприємства можуть бути:

1) економічне зростання вимагає збільшення кількості, поліпшення якості робочих місць (створення нових та реконструкції вже існуючих робочих місць, зменшення робочих місць з шкідливими умовами праці, захист середовища);

2) виходячи з особливостей сучасного ринку праці – поширеність підприємницької діяльності, ринок праці не може існувати поза конкурентною, заснованою на приватній власності економікою і демократичними суспільними інститутами, що відповідають світовим стандартам;

3) покращення використання ефективного організаційного принципу ринку праці – співпраця між підприємцями, профспілками і державою;

4) запозичення досвіду зарубіжних країн щодо укладення колективних договорів на вищому національному рівні між асоціацією підприємців і керівництвом профспілок; на рівні корпорацій і окремих підприємств;

5) для стримання прагнення працедавців переманювати до себе кваліфікованих спеціалістів, а також бажання працівників змінити місце роботи необхідно ввести на підприємствах рівну оплату за рівну працю;

6) розробка проекту для застосування на практиці загальнодоступних банків даних, що мають надавати кожному, хто шукає роботу, повної інформації про вакантні місця по професіях, галузях і регіонах країни;

7) покращення якості освіти, запровадження курсів, систем підвищення освітнього рівня безробітних, перепідготовка за професіями, що мають попит на ринку праці; організація семінарів для молодих спеціалістів, які допоможуть їм оволодіти вміннями самопрезентації, проаналізувати власні очікування, співвіднести їх з потребами ринку праці, знайти на ньому своє місце;

8) державне фінансування програм ринку праці, що сприяє активному розвитку трудових ресурсів включає: забезпечення географічної мобільності робочої сили шляхом фінансування переїзду сімей в райони, де є вакантні робочі місця, з гарантією поліпшення матеріальних умов життя; організація для молоді суспільних робіт з гідною платою; заохочення підприємців до прийняття на роботу людей з обмеженими здібностями та спеціальне технічне устаткування робочих місць для них; стимулювання розвитку підприємницької діяльності; збільшення соціального захисту населення на ринку праці;

9) впровадження додаткового заробітку для студентів шляхом організації оплачуваних робіт на базі місця навчання (навчального закладу);

10) управління ефективним використанням трудового потенціалу, постійне забезпечення покращення його якості (за рахунок оцінки головних показників стану трудового потенціалу); забезпечення відповідності трудового потенціалу вимогам міжнародного рівня; підтримка висококваліфікованих спеціалістів [1].

В умовах економічної нестабільності особливо актуальним є вибір та застосування прогресивних методів управління трудовими ресурсами підприємства. Управління продуктивністю праці працівників та розробка заходів по її підвищенню обов'язкове комплексне завдання, яке важливе для підприємства будь-якої сфери діяльності.

Список використаних джерел:

1. Васильченко, В. С., Гриненко, А. М., Грішнова, О. А., & Керб, Л. П. (2005). Управління трудовим потенціалом: Навч. посіб. К.: *КНЕУ*, 403, 3.
2. Морщенок, Т. С., & Луц, І. Л. (2014). Продуктивність праці: економічна сутність та фактори її підвищення на підприємстві. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*, (2), 63-71.
3. Орленко, О. М. (2011). Продуктивність праці як критерій ефективності інноваційної діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2(2), 91-95.

4. Чернушкіна, О. О. (2013). Продуктивність праці: тенденції та перспективи зростання. *Економічний форум*, (4), 147-151.
5. Чобіток, В. І., & Боровок, Є. О. (2013). Мотивації як фактор підвищення продуктивності праці на підприємстві. *Вісник економіки транспорту і промисловості*, (42).
6. Шкроміда, В. В., & Шкроміда, Н. Я. (2011). Методичні засади моніторингу фінансового потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*, (7 (2)), 188-192.
7. Янковий, Р. В., & Попович, Н. В. (2013). Підвищення продуктивності та результативності праці персоналу на підприємстві. *Економіка: реалії часу*, (1), 6.

ХРИПКО Т.Є., асистент
кафедри математики, фізики та комп'ютерних технологій,
Вінницький національний аграрний університет

СТАТИСТИЧНИЙ АСПЕКТ ДЕМОГРАФІЧНОЇ СИТУАЦІЇ У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ДЕМОГРАФІЧНИХ ЗАГРОЗ УКРАЇНИ

Чисельність населення України в цілому та окремих її регіонів є результатом взаємообумовленого розвитку сукупності процесів суспільного розвитку (насамперед соціально-економічних та демографічних). Дослідження процесів відтворення населення, особливо динаміки його чисельності, має практичне значення для встановлення оптимального механізму взаємодії економічних і демографічних процесів. Знання чисельності населення на певну дату чи період дозволяє збалансувати розвиток народного господарства та визначити напрям демографічної політики.

Варто відзначити, що до важливих факторів сьогодення, які впливають на відтворення населення, відносять соціальні та природні умови його життєдіяльності. Одним з найважливіших чинників, що впливають на відтворення населення є проблеми довкілля в поєднанні з урбанізацією.

Виділяють наступні основні фактори, що впливають на демографічну ситуацію: фактор політики держави; економічний чинник; фактор соціальної захищеності; фактор війни; фактор державної та законодавчої захищеності інституту шлюбу та сім'ї; фактор епідемій [1].

Статевікова структура населення є одним з важливих демографічних показників. Він дозволяє зробити певні висновки щодо демографічних тенденцій та визначити можливості зміни динаміки чисельності населення в майбутньому.

Статевий склад населення Вінницької області характеризується перевагою жіночої статі над чоловічою. Станом на 1.01.2018 року в області нараховувалось 843,0 тис. жінок (53,7 %) та 725,7 тис. чоловіків (46,3 %). За віковим складом постійне населення області на початок 2018 року розподілялося наступним

чином: 0-14 років – 245,5 тис. осіб (15,6 %), 15-64 роки – 1048,9 тис. осіб (66,9 %) та віком 65 і старше – 274,3 (17,5 %).

Стрімке скорочення чисельності та старіння населення Вінницької області спостерігається вже не одне десятиліття і 2018 рік не виявив позитивних змін у цьому напрямку. Інформація про динаміку чисельності населення України наведена у таблиці 1 [2].

Таблиця 1

Чисельність населення України за 2010-2019 роки

Дата	Чисельність населення, тис. осіб	Відхилення	
		абсолютне	Відносне, %
01.01.2010	45 962,9	-180,80	-0,39
01.01.2011	45 778,5	-184,40	-0,40
01.01.2012	45 633,6	-144,90	-0,32
01.01.2013	45 553,0	-80,60	-0,18
01.01.2014	45 426,2	-126,80	-0,28
01.01.2015	42 928,9	-2497,30	-5,82
01.01.2016	42 760,5	-168,40	-0,39
01.01.2017	42 584,5	-176,00	-0,41
01.01.2018	42 386,4	-198,10	-0,47
01.01.2019	42 153,2	-233,20	-0,55

Отже, як бачимо, за останні 9 років чисельність населення країни, за офіційними даними, зменшилась на 9,21 %, сягнувши максимальної мітки 5,82 % на початок 2015 року внаслідок військових подій на території анексованого Криму та окупованій території Луганської і Донецької областей та мінімального значення у 2013 році (0,18 %).

На Вінниччині на кінець 2018 року проживало 1560,4 тис. осіб. Впродовж минулого року чисельність населення зменшилась на 15414 осіб в порівнянні з 14549 особами у 2017 році. Це зумовлено природним скороченням та міграцією, зокрема, за рахунок природного скорочення населення зменшилось на 11572 людини, та за рахунок міграційного скорочення – на 3842 особи.

За даними Головного управління статистики у Вінницькій області із загальної кількості населення 51,2 % проживає в міських поселеннях, 48,8 % – в сільській місцевості.

Дані статистичних спостережень свідчать також про те, що по Вінницькій області середня заробітна плата штатного працівника на кінець 2018 року була у 2,8 рази вище встановленого розміру мінімальної заробітної плати (3723 грн.) і становила 10523 грн.; найвищою вона була на підприємствах переробної промисловості, зокрема, з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів становила 11452 грн., з виробництва комп'ютерів електронної та оптичної продукції – 14360 грн., а найнижчою – на підприємствах з виробництва машин і устаткування – 5610 грн. та підприємствах водопостачання, каналізації, поводження з відходами – 6909 грн. В той же час середньооблікова кількість штатних працівників, задіяних на

промислових підприємствах області у грудні 2018 р. становила 56,0 тис. осіб, що на 1,1 % менше до відповідного місяця 2017 року.

Середньооблікова кількість штатних працівників у сільському, лісовому та рибному господарствах у грудні 2018 року становила 29,3 тис. осіб, з них 26,7 тис. осіб працювало у сільському господарстві.

У сільському, лісовому та рибному господарствах Вінницької області середня номінальна заробітна плата штатного працівника у грудні 2018 року становила 9910 грн, що в 2,7 раза вище рівня мінімальної заробітної плати (3723 грн.) та на 7,1 % більше середнього рівня по економіці області. При цьому найвищий рівень середньої заробітної плати штатного працівника спостерігався на підприємствах лісового господарства та лісозаготівлі (16961 грн.), а найнижчий – у працівників рибних господарств – 4791 грн. Структуру середньооблікової кількості штатних працівників Вінницької області станом на кінець 2018 року наведено на рис. 1.



Рис. 1. Середньооблікова кількість штатних працівників Вінницької області станом на 31.12.2018 р. [3]

Отже, на основі наведених даних можна зробити висновок про значну депопуляцію населення Вінницької області та України цілком за останні роки. Основними причинами такої ситуації є сукупність чинників, основними з яких є низька народжуваність та високі втрати населення за рахунок природних процесів (репродуктивних втрат та високої смертності у молодому віці). Структурні характеристики населення відзначаються високим коефіцієнтом старіння та низьким індексом молодості на тлі збільшення розриву між жінками та чоловіками. Показники здоров'я населення Вінницької області говорять про зростання чисельності інвалідів та зростанням рівня захворювання на злоякісні утворення. Загрозою демографічній безпеці області є порушення функціонування інституту шлюбу та сім'ї, які характеризуються зростанням в динаміці чисельності дітей-сиріт та позбавлених батьківського піклування, позашлюбної народжуваності. Міграційний рух населення Вінниччини також здійснює негативний вплив на демографічну безпеку.

Список використаних джерел:

1. Фактори, що впливають на демографічні процеси. URL: <http://www.novageografia.com/vogels-121-1.html>
2. Населення України. URL: www.minfin.com.ua
3. Офіційний сайт Головного управління статистики у Вінницькій області. URL: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua>

ШАНДАР А.М., аспірант,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ЦІННОСТІ ПОКОЛІНЬ ЯК ПІДГРУНТЯ РОЗУМІННЯ ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

Постановка проблеми. Оскільки, якість життя населення є об'єктивно-суб'єктивним інтегральним показником, це означає, що на нього мають вплив ціннісні орієнтири. Відтак, досліджуючи дану проблематику, ми будемо спиратися на одну з найбільш відомих класифікацій поколінь, висунуту економістом Н. Хоуом (Neil Howe) та істориком В. Штраусом (William Strauss) [1] на початку 90-х рр. XX ст. Згідно теорії «поколінь», люди різної генерації різняться між собою притаманними їм цінностями, переконаннями, поведінковими моделями, передумовою яких є історичні умови (а не лише сімейне виховання) павіні в певний час. Мета нашого дослідження полягає у з'ясуванні впливу цінностей різних поколінь на розуміння, висунення вимог та визначення показників якості життя.

Виклад основного матеріалу. Критичний аналіз останніх публікацій дає змогу стверджувати, що теорія «поколінь» перебуває під пильною увагою науковців: дослідження проводяться як вітчизняними, так і закордонними вченими. Відтак, напрацювання представників наукової спільноти стосуються різних сфер життєдіяльності людини. Буган Ю.В. розкриває важливість імплементації результатів теорії «поколінь» в системі STEM освіти [2], Щетініна Л.В., Рудакова С.Г., Даниляк М.І. аналізують можливості застосування теорії «поколінь» в управлінні персоналом [3]. Ми ж у своєму дослідженні спиратимемось на ґрунтовні наукові здобутки Близнюк Т.П. [4], які розкривають базові цінності Західної Європи та України (табл. 1).

Згідно статистичних даних України [5], станом на 01.01.2018 у структурі населення домінують представники покоління Х (31,94 %). Друга за величиною група населення – Y (24,99 %), від яких на кілька відсотків відстає покоління «бєбі-бумери» (21,6%). Найменшу частку у структурі населення становлять покоління Z (12,68 %) та «мовчазне» (8,79 %). Відповідно, можна стверджувати, найближчі 10 років переважатиме населення покоління Х та Y, значно меншу частку становитимуть «бєбі-бумери» та Z. Враховуючи зазначене, вважаємо за необхідне виокремити наступні вимоги, які б дали змогу забезпечити достойну якість життя всього населення (табл. 2).

Таблиця 1

Базові цінності населення України в розрізі поколінь

Покоління (роки)	Історичні передумови	Базові цінності
Мовчазне (1925–1945)	Друга світова війна, сталінські репресії, індустріалізація, післявоєнна розруха, Голодомор, смерть Сталіна	Сімейні цінності, повага до влади, працьовитість, терпіння, консерватизм, відповідальність, старанність
Бєбі-бумери (1946–1964)	Післявоєнний бум, перший політ у космос, «холодна» війна, «відлига», СРСР	Персональне зростання, лідерство і влада, лояльність, оптимізм, раціоналізм, трудоголізм, колективізм
X (1964–1985)	Афганська війна, ера персональних комп'ютерів, альтернативна музика, енергетична криза, падіння Берлінської стіни, СНІД, наркотики, кінець «холодної» війни, розпад СРСР, «перебудова», Чорнобиль, тотальний дефіцит, незалежність України	Безперервне навчання, гнучкість, глобальна свідомість, ігнорування авторитетів, можливість вибору індивідуалізм, незалежність, сімейні цінності, самостійність, підприємництво, свобода, технологічна грамотність
Y (1986–2006)	Розвиток зв'язку і комп'ютерних технологій, 9/11 терористичні акти, збройні конфлікти, нові епідемії, ера «google», глобалізація, ера брендів, падіння народжуваності, політичні кризи	висока самооцінка, вміння підпорядковуватись, глобальне мислення, громадський обов'язок, моральність, технологічна грамотність, комунікабельність, самовпевненість, толерантність, <i>це формуються</i>
Z (2006 – ...)	Терористичні атаки, зміни клімату, військові конфлікти, глобалізація, АТО	багатозадачність, технологічна залежність, <i>це формуються</i>

Джерело: складено на основі [4].

Таблиця 2

Вимоги поколінь в контексті забезпечення якості життя

Покоління (роки)	Екологічна сфера	Соціальна сфера	Економічна сфера	Техніко- технологічна сфера	Правова сфера
Мовчазне (1925–1945)	природа – ресурс	сімейне благополуччя	повага до праці; заощадження	телебачення, радіо	дотримання законів та правил
«Бібі- булери» (1946–1963)	природа – ресурс	сімейне благополуччя	командна праця	телебачення, радіо, телефон, Інтернет	дотримання законів та правил
X (1964–1985)	раціональне споживання, гармонія з природою	гендерна рівність	покладаються лише на себе; дефіцит споживання	новітні технології	дотримання законів та правил, високо поставлено право людини
Y (1986–2006)	раціональне споживання, гармонія з природою, захист	баланс між роботою та особистим життям	негайна винагорода; надмірне споживання; команда – синергія	новітні технології – невід’ємна частина життя	дотримання законів та правил, написання власних
Z (2007 – ...)	гармонія з природою, захист	синдром «дефіцит уваги»; рівність	надмірне споживання	останні технології – життя	свобода і відповідальність

Джерело: розроблено автором.

Із таблиці 2 видно яким чином змінювались ціннісні орієнтири населення України впродовж останнього століття. Можна прослідкувати, з'явилося тверде розуміння того, що природні ресурси необхідно раціонально споживати: по можливості примножувати (зелені насадження, очищення води т.д.), бережно користуватися, дбати, а подекуди навіть захищати (види, що вимирають т. д.). У соціальній сфері теж помітні явні зміни. Так, відбулася векторна переорієнтація від акцентування уваги на сімейних цінностях, родинних пріоритетах. Останні десятиліття людина та її бажання є ключовими; покоління Х започаткувало рівність (гендерну, особистісну). Варто відзначити, в економічній сфері спостерігається перехід від командної роботи до одноосібного виконання завдань, проте часто здійснюється робота в командах з метою отримання синергічного ефекту від взаємодії професіоналів різного роду сфер зайнятості. Із кожним роком посилюється вплив техніко-технологічної складової життя, що не є дивним для даного етапу розвитку постіндустріального (інформаційного) суспільства. І нарешті правова сфера життєдіяльності людини. Україна є членом численної кількості міжнародних організацій, котрі виступають за права та свободу людини. Звідси, у нормативно-правових законодавчих актах все частіше фіксуються положення про те, що кожна людина є особистістю, її не можна принижувати чи применшувати значення через вподобання, особливості (фізичні, розумові), приналежність до певної групи (релігії) тощо.

Висновки. На основі проведеного дослідження ми дійшли висновку, що базові цінності дозволять пролити світло на основи розуміння суб'єктивної складової якості життя населення України, зокрема визначити показники якості життя, які в майбутньому дадуть змогу окреслити орієнтири соціально-економічної політики.

Список використаних джерел:

1. Strauss W., Howe N. The fourth turning: an American prophecy: what the cycles of history tell us about America's next rendezvous with destiny. New York: Broadway Books, 1997. 367 p.
2. Буган Ю. В. Теорія поколінь і STEM освіта. URL: http://elar.ippo.edu.te.ua:8080/bitstream/123456789/4575/1/02_Bugan.pdf – Дата звернення: 21.01.2019.
3. Щетініна Л. В., Рудакова С. Г., Даниляк М. І. Управління персоналом з урахуванням положень теорії поколінь. *Проблеми економіки*. 2017. №1. С. 277–283.
4. Близнюк Т. П. Теорія поколінь: Україна та Західна Європа. URL: http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/14630/1/%D0%91%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D1%8E%D0%BA%20Economics_%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D1%81%D1%8B.pdf – Дата звернення: 21.01.2019.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Демографічний щорічник «Населення України за 2017 рік». URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/11/zb_dy_2017.pdf – Дата звернення: 22.01.2019.

* * *

***Дякуємо всім учасникам конференції
за активну позицію та бажаємо нових
і цікавих здобутків в науковій діяльності!***

Науково-практичне видання

НАУКОВО-ВИРОБНИЧИЙ ЖУРНАЛ «ОБЛІК І ФІНАНСИ»

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРЕСИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ

Матеріали

II Всеукраїнської науково-практичної конференції
(25 лютого 2019 р., м. Київ)

Матеріали публікуються в авторській редакції

Комп'ютерний набір та верстка: *П. Таран*

Відповідальний за випуск: *С. Остапчук*

ТОВ «ВІПО»

03127, м. Київ, вул. Героїв Оборони, 10.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції

ДК № 4171 від 10.10.2011 р.

Підп. до друку 27.02.2019. Формат 60х84 $\frac{1}{16}$. Папір офсетний.

Ум. друк. арк. 15,75. Тираж 150 пр. Зам. 1-02.
