

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
Науково-навчальний центр прикладної інформатики

ІНСТИТУТ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТИ

ЕКОНОМІКА ТА ПРАВО: ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОДІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

МАТЕРІАЛИ

VI Міжнародної науково-практичної конференції

***8–9 грудня 2017 р.
м. Київ***

У 2-х частинах

Частина перша

Київ
Інститут інноваційної освіти
2017

УДК 330.303 (Укр)
ББК 65
Е40

До збірника увійшли матеріали наукових робіт (тези доповідей, статті), надані згідно з вимогами, що були заявлені на конференцію.

*Роботи друкуються в авторській редакції, мовою оригіналу.
Автори беруть на себе всю відповідальність за зміст поданих матеріалів.
Претензії до організаторів не приймаються.
При передруку матеріалів посилання обов'язкове.*

Відповідає п. 12 Порядку присудження наукових ступенів Затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 р. № 567.

Е40 Економіка та право: проблеми взаємодії та перспективи розвитку : Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 8–9 грудня 2017 р.) / ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України. У 2-х частинах. — Київ : ГО «Інститут інноваційної освіти», 2017. — ч. 1. — 200 с.

Матеріали конференції рекомендуються освітянам, науковцям, викладачам, здобувачам вищої освіти, аспірантам, докторантам, студентам вищих навчальних закладів тощо.

Відповідальний редактор: *І.В. Козак*
Коректор: *П.А. Нємкова*

Матеріали видано в авторській редакції.

УДК 330.303 (Укр)

© Усі права авторів застережені, 2017
© Інститут інноваційної освіти, 2017
© Друк ФОП Москвін А.А., 2017

Підписано до друку 13.12.2017. Формат 60х84/16.

Віддруковано з готового оригінал-макету.

Папір офсетний. Друк цифровий. Гарнітура Literaturna. Ум. друк. арк. 12,55.

Зам. № 1312-1. Тираж 100 прим. Ціна договірна. Виходить змішаними мовами: укр., рос., пол., англ.

Виготівник. ФОП Москвін А.А. Поліграфічний центр «Сору Арт».

69095, Запоріжжя, пр. Леніна, 109. Тел.: +38-067-259-11-89.

Інститут інноваційної освіти: e-mail: novaosvita@gmail.com; сайт: www.novaosvita.com

Видання здійснене за експертної підтримки

Науково-навчального центру прикладної інформатики НАН України
03680, Київ-187, просп. Академіка Глушкова, 40.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА АУДИТ, СТАТИСТИКА

А.М. Бельдій,

студентка факультету обліку та аудиту

Вінницького національного аграрного університету

науковий керівник: ***І.М. Лепетан,***

кандидат економічних наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку

Вінницького національного аграрного університету

ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

На даний момент актуальним залишається питання щодо виокремлення обліку як фінансового, так і управлінського. Хтось сприймає цей поділ, а хтось ні. Та все ж в сучасних умовах ринкових відносин облік удосконалюється та розширюється, і звісно ж на основі цього власники та керівники великих підприємств зацікавлені в такому напрямі обліку, як управлінський. І це не дивно, оскільки для прийняття швидких управлінських рішень необхідна детальна інформація, що відсутня у фінансовому обліку або ж підтягнута під вимоги законодавства.

Суттєвим гальмом поширення управлінського обліку в країні залишається відсутність чіткого визначення переліку складових цього обліку. Завдяки управлінському обліку бухгалтер за потребою, крім власне обліку та калькулювання собівартості продукції, займається нормативним плануванням, економічним аналізом та підготовкою управлінських рішень. Система управлінського обліку не будується для однієї цілі. В більшості випадків це комплекс (набір) цілей, результатом досягнення яких є ефективне управлінське рішення [1, с. 91].

Для впровадження системи управлінського обліку, її успішного здійснення цього процесу необхідні три невід'ємні складові:

1. спеціальні ресурси для реалізації цієї задачі: якщо підприємство зважилося на виконання поставленої задачі, йому знадобиться багато як грошових витрат, так і витрат часу;

2. фахівці: керівництву слід усвідомлювати, що для постановки управлінського обліку йому слід наймати не бухгалтерів, а саме спеціалістів, у яких є такий досвід;

3. участь у процесі постановки: часто керівництво вважає, що не треба втручатися у ту сферу, де є власні спеціалісти [2].

Досвід підприємств України свідчить, що практичне застосування управлінського обліку ще не набуло належного поширення. Практичний бік

застосування управлінського обліку ставить перед керівництвом підприємства конкретні завдання організаційного характеру, а саме: чи доцільне використання цього виду обліку; чи створювати управлінську бухгалтерію; який має бути порядок формування інформації про витрати, обсяг виробництва та систему контролю за цими показниками тощо [3, с. 145].

У країнах, де бухгалтерський облік прийнято розділять на фінансовий і управлінський, прогностична функція характерна саме для управлінського обліку. Це стало реальним на основі бюджетування, прогнозування поведінки витрат і доходів, експертних оцінок, розробки альтернативних рішень. Тому в останні роки все більше розповсюдження отримують стратегічні системи управлінського обліку як результат прагнення розширити інформаційну базу для прийняття рішень за рахунок формування прогностичної інформації [4, с. 25].

Таким чином, активного розвитку набуває стратегічний управлінський облік в якості нового підходу. Тож важливо зазначити, що до передумов ведення ефективного стратегічного управлінського обліку належать:

- розуміння та зацікавленість з боку власника бізнесу;
- узгодження з фінансовим і бухгалтерським (податковим) обліком;
- наявність кваліфікованих фахівців зі стратегічного управлінського обліку та узгодженість їх діяльності;
- формування своєчасного інформаційного забезпечення;
- визначення основних об'єктів управління та проблемних питань, які потребують прийняття управлінських рішень щодо їх розв'язання [5, с. 206].

Отже, управлінський облік виступає однією з керівних систем, без якої неможливе прийняття управлінських рішень. Ефективна робота підприємства неможлива без добре налагодженої системи управлінського обліку. На порядку денному стоїть удосконалення та запровадження такого обліку на підприємствах. Адже він дає можливість оцінити більш детально роботу підприємства та швидко прийняти рішення. Отже, управлінський облік — ефективний інструмент управління, що забезпечує детальною інформацією керівництво підприємства.

Література

1. Яременко Л.М. Проблеми впровадження управлінського обліку на підприємстві [Електронний ресурс] / Л.М. Яременко // Економічний вісник університету. — 2013. — Вип. 20 (1). — С. 90—94. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/escv_2013_20\(1\)_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/escv_2013_20(1)_19).
2. Лень В.С. Управлінський облік: Навчальний посібник / В.С. Лень. — К.: Знання-прес, 2009. — 287 с.
3. Подунай В.В. Роль управлінського обліку та проблеми його впровадження на вітчизняних підприємствах / В. В. Подунай, К. В. Бурко // Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. — 2013. — Вип. 10(4). — С. 141—146.
4. Лепетан І.М. Важливість та проблеми управлінського обліку в сучасних умовах господарювання / І.М. Лепетан, С.Ю. Дьяконова // Круглий стіл. Соціум. Наука. Культура. Економіка. — 2007. — № 5. — С. 24—26.
5. Шматковська Т. До проблематики впровадження стратегічного управлінського обліку на підприємстві / Т. Шматковська // Науковий вісник [Одеського національного економічного університету]. — 2016. — № 5. — С. 202—213. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2016_5_19.

Т.І. Денисова,
студентка обліково-фінансового факультету
Навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС»
Сумського державного університету
науковий керівник: **О.В. Кравченко,**
кандидат економічних наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку
Навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС»
Сумського державного університету

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

У звітності кожного сільськогосподарського підприємства вагоме місце у складі оборотних активів займає стаття «готова продукція», адже від обсягів виробництва та реалізації продукції залежить показник прибутку. Саме тому в сучасних умовах господарювання вирішальне місце в діяльності підприємства відводиться ефективній організації обліку готової продукції, тому дослідження цього питання є актуальним на сьогоднішній день.

Відповідно до П(С)БО 9 «Запаси», готовою продукцією є продукція, що вироблена на підприємстві, в установі, призначена для продажу та відповідає технічним, якісним характеристикам, передбаченим договором або іншим нормативно-правовим актом. При цьому надається уточнення, що вироби, які не пройшли всіх етапів технологічної обробки, технологічного приймання і випробувань, вважаються не закінченими і включаються до складу незавершеного виробництва підприємства [1].

У сільськогосподарських підприємствах під готовою продукцією слід розуміти товарну продукцію рослинництва, тваринництва, промислових виробництв, продукцію переробки, придбану у населення для подальшої переробки, що відповідає затвердженим стандартам. Згідно з П(С)БО 30 «Біологічні активи», сільськогосподарська продукція — це актив, одержаний в результаті відокремлення від біологічного активу, призначений для продажу, переробки або внутрішньогосподарського споживання [2].

Організація обліку готової продукції на сільськогосподарському підприємстві здійснюється на основі формування обґрунтованої облікової політики, яка враховуватиме всі особливості галузі. Серед основних складових облікової політики відносно обліку готової продукції виділяють наступні елементи:

- визначення та затвердження первинної оцінки готової продукції;
- вибір методу визначення справедливої вартості сільськогосподарської продукції;
- встановлення облікової одиниці обліку продукції ;
- визначення методу оцінки готової продукції після первісного визнання;
- визначення методу обліку витрат та калькулювання собівартості одиниці сільськогосподарської продукції;
- порядок здійснення інвентаризації готової продукції;
- інші питання для організації обліку готової продукції [3, с. 19].

Собівартість готової продукції слід визначати після закінчення місяця або ж кварталу, а на склад вона надходить протягом поточного місяця (кварталу), тому виникає потреба встановлення умовної облікової ціни — планової. Як правило, в кінці року планова собівартість доводиться до рівня фактичної за допомогою червоного сторно у випадку, коли планова собівартість перевищує фактичну, а якщо спостерігається зворотна ситуація, то за допомогою додаткового проведення.

Впровадження П(С)БО 30 внесло принципові зміни в оцінку продукції сільськогосподарства — при первісному визнанні сільськогосподарську продукцію необхідно оцінювати за справедливою вартістю, віднімаючи очікувані витрати на місці продажу. Формування справедливої вартості готової продукції на сільськогосподарському підприємстві базується на цінах активного ринку [2].

Отже, собівартість готової продукції на сільськогосподарському підприємстві стала винятково управлінською інформацією, яку використовують при планування витрат виробництва, для контролю за виконанням виробничої програми, ціноутворення та аналізу результатів діяльності підприємства. Проте зміни у законодавстві не позначаються на необхідності визначення собівартості продукції.

Методологія обліку, встановлена П(С)БО 30 передбачає визначення фінансового результату під час виходу продукції із виробництва, а не в момент її реалізації, як це здійснюється у всій решті галузей діяльності.

Сільськогосподарська продукція після її первісного оцінюється і відображається відповідно до П(С)БО 9 «Запаси».

Окрім зазначених основних аспектів облікової політики виділяють також організаційну частину, що включає організацію обліку в частині відображення операцій з готовою продукцією та передбачає формування технічних засобів, що забезпечать правильне ведення бухгалтерського обліку.

З боку організаційного аспекту елементами облікової політики щодо готової продукції виступають наступні:

- відповідальні особи за ведення обліку готової продукції;
- зазначення матеріально-відповідальних осіб за надходження, вибуття та збереження готової продукції на підприємстві;
- формування плану рахунків в розрізі операцій з готовою продукцією;
- визначення складу інвентаризаційної комісії;
- формування графіку документообігу операцій, пов'язаних з готовою продукцією.

Ефективність роботи з обліку готової продукції на підприємстві значно покращується завдяки засобам автоматизації, що дають змогу накопичувати відповідні бази даних про господарську діяльність, а також використовувати їх для створення, редагування та друку документів, звітів, надавати інформаційні послуги відповідним організаціям, ланкам управління з приводу ефективності роботи, підвищити ефективність праці бухгалтерів та аналітиків. На даний момент існує багато різних програм для ведення обліку, найпоширенішими з яких і найбільш адаптованими до української системи ведення обліку є: «1С: Підприємство» — 7 і 8 версії, «Акцент-бухгалтерія», «Парус. Підприємство», «Бест-Звіт (плюс)».

Отже, застосування представлених елементів облікової політики при формуванні самої облікової політики підприємства дає можливість головному бухгалтеру впроваджувати різносторонню та всеохоплюючу інформацію про операції з руху готової продукції в розрізі інформаційних запитів управлінської системи. В процесі розробки облікової політики, головний бухгалтер сільськогосподарського підприємства повинен брати до уваги всі варіанти та переваги забезпечення управлінського обліку та аналізу показників господарської діяльності підприємства з метою подання внутрішнім і зовнішнім користувачам неупередженої інформації щодо діяльності товариства.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [Електронний ресурс] Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246: — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» [Електронний ресурс] Наказ Міністерства Фінансів України від 18.11.2005 р. №790: — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05>.
3. Боярко Н. А. Облікова політика підприємства // Бухгалтерія в сільському господарстві. — 2010. — №18. — С. 19–21.

Borys Kobylanskyi,

student of the University of the State Fiscal Service of Ukraine

scientific supervisor: ***Liudmila Onuchak,***

Candidate of Pedagogical Sciences, Professor,

Head of the Department of Modern European Languages
of the University of the State Fiscal Service of Ukraine

ACCOUNTING OUTSOURCING SERVICES IN UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS

Today all types of bussines need a lified accountant. The quality of accounting is very important for every for the head of the modern enterprise, because it is necessary to possess accurate and reliable information about the financial state of the company for making different strategic decision. However, the establishment of an accounting division, hiring and training bookkeeping personnel and buying bookkeeping software is costly.

The most common reasons head chooses to outsource accounting services are save time and cut costs, improve quality, reduce office space requirements, free up capital, and increase capabilities not otherwise available. It is very important to admit that the market of accounting outsourcing is being formed in Ukraine. And it's becoming more and more popular. Article 8 of the Law of Ukraine «On Accounting and Financial Reporting» permits «... accounting by a centralized accounting department and audit company on a contracted basis» [1].

The development of outsourcing was studied in the works of different national and foreign authors, including J. Oltshuler, J. Brion, D. Bersona, J.L. Brevara, E. Yordina, R. Sorgan, B. Anakin, E. Aksanov, A. Kolensky, Ivan Konanov, and others.

Unfortunately, the Legal relationships that adjust the process of outsourcing, are regulated by the Ukrainian law only in general. Contracts consider terms of providing services using the foreign standards. But the absence of the regulatory standards is not an problem for contracts. It seems that it is becoming the rule for the national legislation that first legal relations arise, and then normative acts for their regulation are adopted. Legal Regulation of the relationships between the parties is made by part 1 of Article 6 of the Civil Code of Ukraine, which states that the parties may conclude an agreement which is not provided by the acts of the civil law, but meets the general principles of civil law and the Law of Ukraine «On Accounting and Financial Reporting» [2].

In Ukraine private entrepreneurs, small businesses and the firms that open accounting outsourcing services often use accounting outsourcing services. There are about 5 % of large businesses enterprises using the services of accounting firms [3].

Today in Ukraine the feasibility of transition to accounting outsourcing is determined primarily by the possibility of involving outer sources of a specialized financial institution (outsourcer) and thus the reduction expensive and temporary expenses on accounting.

It is possible owing the so-called «scale effect» — an outsourcing company usually keeps accounting of several organizations, thus reducing its share of conventionally fixed costs for each client and, consequently, the total cost of the services of the organization [4].

Our the research has showed that enterprises in Ukraine will increasingly use the services of accounting outsourcing companies in the future, which requires changes in the internal business environment and its legislative support.

References

1. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність».
2. Сафарова Е. Ю. Аутсорсинг учетных процессов / Е. Ю. Сафарова. — М. : Книжный мир, 2009. — С. 192.
3. Петрова И. В. Эффективный аутсорсинг: механизм принятия управленческих решений / И. В. Петрова. — М.: ИЦ РИОР, 2014.
4. Моисеева Н. К. Аутсорсинг в развитии делового партнерства / Н. К. Моисеева. — М.: ИНФРА-М, 2015.

М.С. Левчук,
студентка факультету обліку та аудиту
Вінницького національного аграрного університету
науковий керівник: **Я.І. Мулик,**
старший викладач Вінницького національного аграрного університету

АУДИТ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ

В нинішніх умовах господарювання неабиякої актуальності набирає вивчення ефективності використання трудових ресурсів. Для підвищення ефективності діяльності будь-якого підприємства має велике значення — достатня кількість трудових ресурсів, їх доцільне використання і високий рівень продуктивності.

Трудові ресурси — це працездатна частина населення країни, що володіє фізичним розвитком, розумовими спроможностями і знаннями, необхідними для заняття суспільно корисною діяльністю [1, с. 115].

Аудит у трудовій сфері - це система заходів, що проводиться періодично, щодо збору інформації, її аналізу й оцінки на цій основі ефективності діяльності підприємства по організації праці і регулюванню соціально-трудових відносин [2, с. 58].

Аудит ефективності трудових ресурсів — це форма контролю, яка є сукупністю дій зі збору та аналітичного опрацювання статистичних і звітних даних, матеріалів ревізій та перевірок, іншої публічної інформації, спрямованих на визначення рівня ефективності державних вкладень для реалізації запланованих цілей, встановлення факторів, які перешкоджають досягненню максимального результату при використанні визначеного обсягу трудових ресурсів [3, с. 93].

До найважливіших завдань аудиту ефективності трудових ресурсів належать:

- аудит забезпеченості підприємства і його підрозділів робочою силою, її склад, стан, рух, професійний рівень;
- аудит використання робочого часу;
- оцінка трудомісткості продукції;
- аудит рівня виконання норм виробітку;
- оцінка рівня продуктивності праці, фактори її росту;
- виявлення резервів зростання продуктивності праці;
- оцінка впливу трудових факторів на обсяг виробництва продукції;
- перевірка складу і структури фонду оплати праці;

При проведенні аудиту ефективності використання трудових ресурсів варто звернути увагу на показники, які їх характеризують. Основними з яких є:

- 1) Середньорічне виготовлення продукції на одного працівника;
- 2) Витрати робочого часу у людино-годинах, людино-днях;
- 3) Коефіцієнт плинності кадрів;
- 4) фонд робочого часу;
- 5) коефіцієнт обороту з прийняття
- 6) коефіцієнт обороту зі звільнення
- 7) загальний коефіцієнт обороту

- 8) Баланс трудових ресурсів
- 9) Трудомісткість

Проводячи аудиторську перевірку, вивчають вплив ефективності трудових ресурсів на прибутковість підприємства, та при цьому аудитор використовує джерела, які поділяються на 3 категорії, а саме: загально-організаційні документи, кадрові документи та бухгалтерські документи, які в свою чергу складаються з договорів та положень, які детальніше можна розглянути нижче (рис. 1) [3, с. 67]:

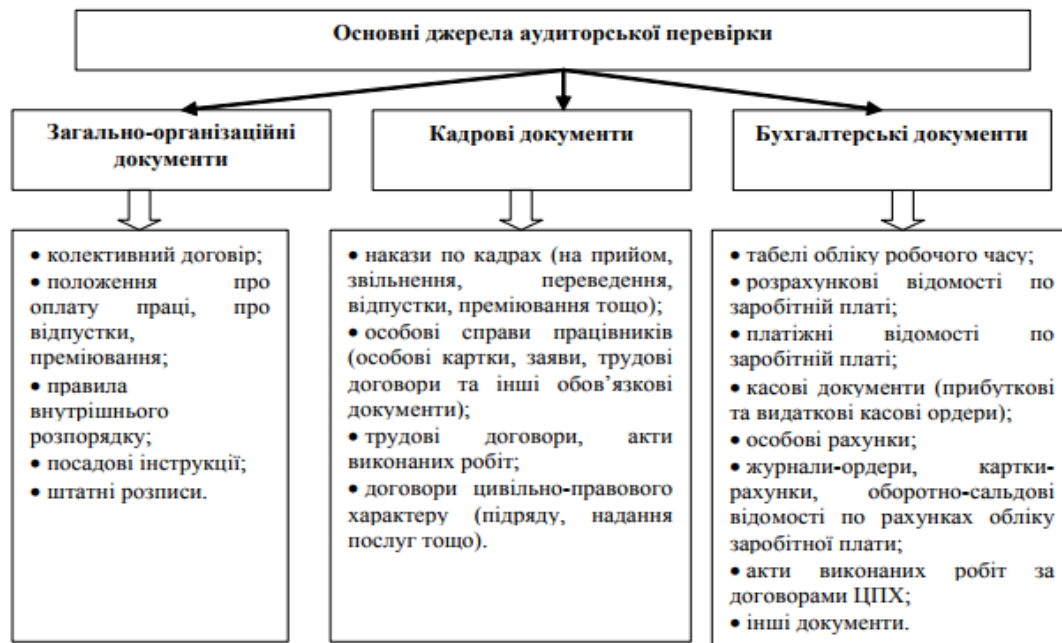


Рис. 1. Джерела аудиторської перевірки

Отже, аудит ефективності використання трудових ресурсів дозволяє виявити недоліки у роботі, їх причини та підвищення ефективності використання кадрів завдяки набутого досвіду і кваліфікації працівників. Складовими аудиту ефективності використання трудових ресурсів виступає чисельність працівників, рівень забезпеченості ними підприємства, їх склад і структура, показники руху робочої сили, продуктивності праці, використання робочого часу і т.д. Керівники підприємств мають бути зацікавлені в якнайшвидшому усуненні усіх недоліків в роботі працівників, оскільки це в свою чергу покращить результати підприємства.

Література

1. Економічний аналіз: підручник / Є.В. Мних. — К. : Знання, 2011. — 630 с.
2. Завіновська Г.Т. Економіка праці : навч. посібник / Г. Т. Завіновська. — К. : КНЕУ, 2003. — Режим доступу : <http://www.ex.ua/72512711>
3. Одегов Ю.Г. Аудит і контроль персоналу: підручник / Ю.Г. Одегов, Т.В. Никонова. — 2-е вид., Перероб. і доп. — М.: Альфа-Пресс, 2010. — 672 с.
4. Івашкевич В.Б. Практичний аудит: навч. посібник / В.Б. Івашкевич. — М.: Магістр, 2010. — 286 с.

А.А. Маценко,
студент факультету економіки, менеджменту та права
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету
науковий керівник: **Л.А. Майстер,**
кандидат економічних наук, старший викладач кафедри обліку та оподаткування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ ГОЛОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ МЕТОДУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

В умовах ринкової економіки існує потреба у нових підходах до здійснення господарської діяльності підприємства. Основою для прийняття оперативних і стратегічних управлінських рішень є повна, правдива та всебіч- на інформація про економічний стан підприємства, джерелом якої виступають дані бухгалтерського обліку та звітності. Проте, внаслідок існування як об'єктивних, так і суб'єктивних причин, виникають розбіжності між даними обліку і фактичною господарською діяльністю, і, як наслідок, відбувається викривлення показників звітності підприємства. Забезпечити достовірність показників обліку і запобігти можливим відхиленням покликана інвентаризація.

Питання інвентаризації висвітлювалось в працях різних авторів. Окремі проблеми в різний час в своїх працях розглядали професори М.Г. Белов, Ф.Ф. Бутинець, П.І. Гайдуцький, Л.М. Крамановський, М.В. Кужельний, Ю.Я. Литвин, В.Г. Макаров, О.А. Шпіг, М.Я. Штейнманта, С.В. Бардаш, проф. В.Д. Андрєєв, проф. В.В. Сопко, д.е.н. В.С. Рудницький та інші.

Інвентаризація, як метод фактичного контролю, має велике значення для контролю за збереженням майна підприємства. Інвентаризації підлягає все майно підприємства, яке реформується, включаючи об'єкти невиробничого призначення, діючі об'єкти, об'єкти та предмети, що передані в оренду або пе- ребувають на реконструкції, модернізації, консервації, у ремонті, запасі або резерві незалежно від технічного стану.

Метою проведення інвентаризацій є встановлення відхилень облікових даних від фактичної наявності господарських засобів, що може бути спричи- нено помилками в обліку, природними втратами або псуванням матеріальних цінностей, зловживанням матеріально відповідальних осіб [1].

Серед завдань інвентаризації слід відзначити:

- забезпечення контролю за наявністю і станом майна, його рухом, використанням матеріальних, фінансових, нематеріальних, природних та енерго-ресурсів відповідно до затверджених норм, плану тощо;
- виявлення майна, що втратило свої споживчі властивості, зіпсованого, невикористаного і непотрібного у господарстві, а також того, що знаходиться поза обліком;
- виявлення стану розрахунків, встановлення фактичної наявності або підтвердження розмірів дебіторської заборгованості;

— виявлення понаднормово використаних та невикористаних матеріальних цінностей;

— перевірку дотримання правил і умов збереження майна;

— контроль за станом обліку і звітності матеріально відповідальних осіб;

Особливо слід підкреслити важливість правильності відображення організації інвентаризації в її етапах, оскільки від точності проведення інвентаризації залежить ефективність та правильність ведення обліку на підприємстві.

На успіх інвентаризації в основному впливають такі чинники:

— правильне рішення власника щодо проведення інвентаризації;

— підбір кадрів, які здатні втілювати в життя рішення власника щодо об'єктивного проведення інвентаризації;

— контроль виконання — під яким розуміють постійний, груповий аналіз процесу і результатів роботи членів інвентаризаційних комісій. Це дії, які тісно пов'язані між собою [2, с. 117].

Сьогодні, за умов відчутного податкового тиску, який супроводжується відповідним податковим контролем, дуже часто виникають конфліктні ситуації між податковими органами і господарюючими суб'єктами. Однією з причин непорозумінь є недостатня регламентація проведення інвентаризації в ході податкової перевірки. Методика організації і проведення інвентаризації, що застосовується на практиці, є недосконалою, не формує цілісного уявлення про інвентаризацію, призводить до її проведення з багатьма порушеннями. Тому в методологічному аспекті інвентаризацію слід розглядати як процес, що складається із сукупності стадій, які об'єднують впорядковані в часі і просторі взаємопов'язані процедури, виконання яких є необхідним і достатнім для досягнення мети інвентаризації.

Таким чином, можна зробити висновок, що в сучасних ринкових умовах інвентаризація є одним з найважливіших методів бухгалтерського обліку і фінансово-господарського контролю. Тому, добре сплановані цілі і засоби, у сформованих структурах, за умови ефективної системи мотивування, можуть призводити до інтенсивності інвентаризації як засобу обліку і контролю.

Література

1. Калюга Є.В. Зміст, порядок проведення і вдосконалення методичних прийомів інвентаризації/ Калюга Є.В. // Вісник податкової служби України. — 2001. — № 5. — С. 24—30.
2. Ковенко М. Інвентаризація майна підприємства / Ковенко М. // Податки та бухгалтерський облік — 2008 — № 97. — С. 15—20.
3. Пархоменко В. Інвентаризація — інструмент забезпечення достовірності фінансової звітності / Вісник податкової служби України, 19.11.2012. — № 43. — С. 20—29.
4. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань від 02.09.2014. № 879. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14>.

І.В. Осаволюк,

студент факультету економіки, менеджменту та права
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

науковий керівник: ***Л.А. Майстер,***

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри обліку та оподаткування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ

Головним високоліквідним активом на будь-якому підприємстві є грошові кошти, а від ефективності управління грошовими потоками залежить успішність його діяльності. Інтенсивний розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій призвів в області світової економіки до виникнення нового та сучасного платіжного засобу, такого, як електронні гроші, які повною мірою забезпечують вимоги нового виду торгівлі — електронної комерції. Це призвело до підвищення динамічності бізнес-процесів, розширення каналів збуту, поліпшення обслуговування клієнтів та прискорення грошових потоків за рахунок використання мережі Інтернет.

Одним з найбільш перспективних платіжних засобів вважається система електронних грошей, що здобула популярність як базова система для швидкого та простого способу он-лайн розрахунків.

Питання удосконалення організаційно-методичних положень бухгалтерського обліку операцій з електронними грошима досліджували І.М. Вигівська, А.С. Крутова, О.В. Мельниченко, О.О. Нестеренко, І.С. Несходовський, І.М. Пліско, М.А. Радченко, П.О. Сахаров, С.М. Семйон, В.В. Скоробогатова, О.М. Шпирко, А.В. Янчев.

У вітчизняному обліку нормативне закріплення термін «електронні гроші» отримав дещо пізніше, водночас із встановленням порядку бухгалтерського обліку електронних грошей, згідно з Наказом МФУ «Про затвердження Змін до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку» від 27.06.2013 р. № 627 [1].

Під електронними грошима для цілей бухгалтерського обліку розуміють одиниці вартості, які: 1) зберігаються на електронному пристрої, 2) приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, 3) є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі» [1].

З метою врегулювання діяльності, пов'язаної з випуском електронних грошей в Україні, та запровадження моніторингу за такою діяльністю Постановою правління НБУ від 04.11.2010 р. № 481 затверджено Положення «Про електронні гроші в Україні». Даним Положенням встановлені вимоги Національного банку до суб'єктів здійснення випуску, обігу та погашення електронних грошей, а також до систем електронних грошей в Україні [2].

У січні-липні 2016 році обсяг роздрібного товарообороту України склав 628875,6 млн. грн., що складає 102,4 % до аналогічного періоду 2015 р. Торгівля

забезпечує близько 10,7 % усіх податкових надходжень до бюджету України. Крім того, сьогодні торговельна діяльність продовжує динамічно розвиватися під впливом науково-технічного прогресу, впровадженням інформаційних технологій та розширенням доступу в Інтернет. У зв'язку із цим, поряд із відомими та дослідженими формами торгівлі з'явилися нові способи реалізації товарів, що доповнюють традиційні, є більш економічно вигіднішими, зручнішими та доступними для багатьох категорій населення. Одним із таких способів є дистанційна торгівля, перевагою якої для продавця (ними можуть виступати як юридичні, так і фізичні особи-підприємці) є невеликий штат співробітників і відсутність витрат з оренди торговельних приміщень, а для покупця — економія часу і, як правило, нижчі ніж у магазині, ціни [3].

Електронні гроші-одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особами, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі. Сьогодні українці можуть переказувати кошти за допомогою таких систем, як WebMoney, RBKMoney, E-Gold, LiqPay, Z-Payment, PayPal, LibertyReserve, QJWI тощо. Проте щодо використання їх підприємствами або для розрахунків за покупки в мережі Інтернет виникають низки проблем. Суб'єкти, які здійснюють операції з електронними грошима (емітент електронних грошей, оператор, агенти, торговці та користувачі), мають право їх здійснювати лиш ени и з Нацбанком.

Втім, в обліковій практиці питання розрахунків електронними грошима, залишаючись неврегульованими впродовж багатьох років, призводили до бухгалтерських труднощів й сприяли виникненню суперечностей щодо їх відображення. Відсутністю нормативно- правового забезпечення обліку електронних грошей спричинено виникнення низки позицій в науково- професійній спільноті щодо вирішення цієї проблеми.

Традиційні технології банківського обліку операцій які зараз наявні в країні, пов'язані з ідентифікацією клієнта, виявляються дорогими для систем електронної комерції зокрема і для покупок в мережі Інтернет, які здебільшого оброблюють операції з невеликими сум з допомогою електронного платіжного засобу на пред'явника, що випускається в обіг без відкриття банківського рахунку. Саме таким платіжним засобом є електронні гроші [4].

Отже, з вище викладеного матеріалу можна зробити висновок, що інтенсивний розвиток інформаційно- комп'ютерних технологій призвів в області світової економіки до виникнення нового та сучасного платіжного засобу, такого, як електронні гроші, які повною мірою забезпечують вимоги нового виду торгівлі — електронної комерції. Це призвело до підвищення динамічності бізнес-процесів, розширення каналів збуту, поліпшення обслуговування клієнтів та прискорення грошових потоків за рахунок використання мережі Інтернет.

Застосування виваженої правової регламентації, спрямованої, з одного боку, на підтримку розвитку електронних грошей в Україні, а з іншого — на запобігання їх використання з метою ухилення від оподаткування та контролю, дасть змогу вільно електронними грошима в мережі Інтернет, що значно спростить процес

покупок в Інтернет для рядового громадянина, а також спростить використання їх для підприємств.

Встановлено, що на сучасному етапі розвитку електронних грошей їх облік здійснюється лише в розрізі їх технічного походження, що ускладнює раціональну організацію та можливість групування необхідної управлінському персоналу інформації.

Література

1. Наказ МФУ «Про затвердження Змін до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку» від 27.06.2013 р. № 627 // [Електронний ресурс]: zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1242-13
2. Положення «Про електронні гроші в Україні», затверджене постановою НБУ від 04.11.2010 р. № 481 // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1336-10.
3. Семенець А.П. Інвентаризація електронних грошей як метод їх контролю: процесний підхід // Вісник ЖДТУ / Серія: Економічні науки. — 2016. — № 3 (77). — С. 133–138 (0,44 друк. арк.) (включено до GoogleScholar (США), IndexCopernicus (Польща), WorldCat, Bielefeld Academic Search Engine (BASE) (Німеччина), Ulrich's Periodicals Directory).
4. Хмелевський І. Електронні гроші: проблеми обліку та здійснення розрахунків / І. Хмелевський // Податки та бухгалтерський облік. — 2012. — № 68 (1565) (23 серпня 2012 р.). — С. 20–31.

Ю.С. Рабоконь,

студентка факультету обліку та аудиту,
Вінницький національний аграрний університет
науковий керівник: **К.В. Бурко,**
асистент кафедри бухгалтерського обліку,
Вінницький національний аграрний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

У сучасній вітчизняній і зарубіжній спеціальній економічній літературі в останні роки серед вчених відбувається дискусія про місце і роль управлінського обліку в системі управління підприємством. Існують крайні погляди деяких вчених щодо існування управлінського обліку. Ряд науковців стверджує, що існує єдиний бухгалтерський облік, а управлінський — відсутній. Це заперечує досвід розвинутих країн заходу, в яких управлінський облік за останні 50–60 років набув широкого розповсюдження у практиці роботи великих корпорацій.

У контексті зазначеної проблематики існує велика кількість досліджень зарубіжних і вітчизняних вчених таких як Апчерч А., Датар Ш., Друрі К., Фостер Дж., Хорнгрен Ч., Яругова А., Вахрушина М., Голов С., Карпова Т., Нападовська Л., Пушкар М., Чумаченко М., Карпенко О. та інші.

Сьогодні перспектива розвитку обліку, перш за все, полягає в наступних напрямках: управлінський аналіз; бухгалтерський облік з метою стратегічного управління. Що стосується бухгалтерського обліку з метою стратегічного

управління, то його основна мета — це розробка заходів для успішної роботи підприємства в довгостроковій перспективі шляхом розвитку його виробничого потенціалу і вмілого позиціонування на конкурентному ринку [1, с. 28].

Основні концепції управлінського обліку закріплені Міжнародною федерацією бухгалтерів згруповані у чотири категорії:

1. Концепції, пов'язані з функцією (орієнтація управлінського обліку на продуктивність ресурсів, створення доданої вартості, бізнес-процесів, командні цілі та дії).

2. Концепції, пов'язані з використанням результатів (з точки зору підзвітності, результативності та порівняння з еталоном).

3. Концепції, пов'язані з процесом і технологією (зв'язок управлінського обліку з іншими процесами управління та є основою для розроблення технологій, що використовуються в управлінському обліку).

4. Концепції, пов'язані з потенціалом функції (розгляд потенціалу, необхідного для ефективного виконання функції управлінського обліку з позиції компетенції, безперервного вдосконалення, розвитку найкращих особистісних характеристик, креативного мислення) [5].

Саме ці концепції використовуються науковцями для удосконалення методик управлінського обліку, інтеграції управлінського обліку у систему управління.

В організації традиційних систем управлінського обліку простежуються дві основні мети:

- 1) забезпечення калькулювання собівартості продукції;
- 2) реалізація планово-контрольної функції [2].

Поступове становлення та розвиток управлінського обліку — є одним із напрямів удосконалення вітчизняної системи обліку та звітності як ключового інформаційного інституту в забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки. Сучасні вчені, що займаються проблемами адаптації системи управлінського обліку до вітчизняної економіки, перспективи розвитку обліку вбачають у таких напрямках [4]:

- формування системи стратегічного управлінського обліку;
- розвиток методики управлінського аналізу;
- вдосконалення методичного інструментарію управлінського обліку, зокрема: аналіз вартісного ланцюжка; калькулювання на основі діяльності (ABC); калькулювання життєвого циклу; цільове калькулювання; калькулювання для безперервного вдосконалення;
- регулювання галузевого управлінського обліку (розробка галузевих методик організації управлінського обліку, інструкцій по визначенню собівартості продукції та проведення управлінського аналізу);
- наукове обґрунтування ефективної моделі управлінського обліку з урахуванням як зовнішніх, так і внутрішніх чинників [3].

На наш погляд, перед вченими-економістами, які досліджують управлінський облік, стоять важливі завдання щодо розробки і впровадження у практику нових методик і процедур, які б могли відігравати важливу роль в процесі прийняття оперативних і стратегічних рішень. При цьому пріоритет повинен надаватися

стратегічним рішенням. У той же час розробка нових методів і процедур управлінського обліку неможлива без нових стратегій його розвитку та концепцій.

Можна зробити висновки, що у найближчі роки основними завданнями управлінського обліку є його переорієнтація від обліку операційної діяльності до обліку явищ і фактів, визначених стратегією розвитку підприємства. Це передбачає процеси стратегічного планування і аналізу бізнес-процесів, бюджетування тощо. Разом з тим витрати і надалі залишаються одним із центральних об'єктів управлінського обліку.

Література

1. Левицька С. Управлінський та внутрішньогосподарський облік: завдання, мета, чинники ефективного впровадження // С. Левицька // Бухгалтерський облік і аудит. — 2009. — № 2. — С. 27–35.
2. Чая В. Т. Управленческий учет : учеб. пособие / В.Т. Чая, Н.И. Чупахина. — М.: Эксмо, 2009. — 480 с.
3. Зеліско І.М. З Управління фінансовою санацією підприємства: навчальний посібник. / І.М. Зеліско, 2016. — 355 с.
4. Яременко Л. М. Проблеми впровадження управлінського обліку на підприємстві / Яременко Л. М. // Економічний вісник університету. — 2013. — № 20/1. — С. 90–94.
5. Хорнгрен Ч.Т., Фостер Дж. Бухгалтерский учет: управленческий аспект. — М.: Финансы и статистика, 1995.

УДК 658.7

Ж.В. Фесенко,

студентка обліково-фінансового факультету

Навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС» Сумського державного університету

науковий керівник: **О.Г. Коренева,**

кандидат економічних наук, доцент кафедр бухгалтерського обліку та оподаткування

Навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС» Сумського державного університету

ОПТИМІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ДИСТРИБ'ЮТОРА

Анотація. В статті проаналізовано питання важливості удосконалення обліку логістичних витрат. Висвітлено шляхи вирішення проблем обліку та зниження логістичних витрат.

Ключові слова: витрати, логістика, управлінський облік, оптимізація, конкурентоспроможність, ефективність.

Постановка проблеми. Ефективне формування ланцюга товаропостачання на підприємстві може сформувати конкурентну перевагу та забезпечити оптимізацію загальнофірмових витрат.

Стан дослідження. В останні роки тематика для досліджень логістичних витрат актуалізується як серед зарубіжних вчених, так і серед українських науковців. Так питанням оптимізації логістичних витрат займалися наступні : А.У. Альбеков, А. Гонзалес, О. Тарашкевич, А.М. Ткаченко, Н.В. Помірко, К.В.

Кальченко, О. Лотиш, В.М. Кислий, Є.В. Крикавський, М.А. Нефедов, В. Пономарьова, М.А. Чернышев та інші.

Виклад основного матеріалу. В умовах жорсткого конкурентного бізнес-середовища, підприємцям доводиться проявляти максимальну гнучкість і своєчасно реагувати на зміни клієнтського попиту: своєчасно доставляти товар в необхідному обсязі в максимально якісному вигляді, при чому з мінімальними витратами, які прямо чи опосередковано впливають на вартість продукції. Таким чином формування ланки логістичних потоків і оптимізація їх витрат це реальний інструмент підвищення ефективності бізнесу.

За результатами щорічного дослідження Всесвітнього банку (МБРР) Logistics Performance Index (LPI) в 2016 році по ефективності логістики Україна посіла 80 місце серед 160 країн зі значенням індексу 2,74, що менше на 1,49 в порівнянні з лідером списку — Німеччиною та більше на 1,14 від Сирії — країни, що закриває даний рейтинг [1].

Таким чином, інструмент ефективності ведення бізнесу — логістика в Україні фактично працює неефективно, що в свою чергу відображається не просто на фінансовій звітності конкретної бізнес-одиниці, а на економічних показниках країни в цілому.

Всередньому по Україні логістичні витрати підприємства сягають 10—17% сукупного доходу, а в окремих випадках 40—45 %, і на сьогодні відсоток зростає з урахуванням підвищенням вимог до якості надання логістичного сервісу [2].

Очевидно, що запропонувати універсальну формулу для оптимізації логістичних витрат неможливо, адже кожне підприємство має різний вектор діяльності, а отже і витрат. Проте розглянути реальний сектор економіки, який безпосередньо функціонує завдяки логістичним потокам буде найбільш доцільно. Таким чином предметом дослідження статті є облік логістичних витрат на торгових підприємствах, тобто в секторі дистриб'юції.

Більшість українських підприємств-дистриб'юторів не використовують логістику як реальну систему мінімізації витрат, в результаті чого займають низьку конкурентну перевагу і характеризуються відносно високим рівнем витрат. Як результат неналагодженої системи логістики, облік за її витратами також буде не досконально сформований.

Українська облікова система побудована таким чином, що в ній реально відсутній реєстр бухгалтерського обліку, який би всебічно акумуляував логістичні витрати і завдяки якому можливо було б здійснювати всебічний аналіз за даною статтею. Така стаття у Звіті про фінансові результати як «Логістичні витрати» абсолютно не ускладнила б процес складання звітності, але в свою чергу відкрила б нові шляхи для аналізу впливу вказаної статті на загальний баланс та визначення ефективності логістичних потоків підприємства.

При чому варто розуміти, що це той вид затрат, який безпосередньо впливає на ціну продукції дистриб'юції. Згідно з національними правилами обліку витрат, логістичні витрати не згруповані і знаходять своє відображення на різних бухгалтерських рахунках, що вкотре наголошує на складності аналізу і контролю в

заданому напрямку. На рисунку 1, наведено взаємозв'язок логістичних витрат та рахунків бухгалтерського обліку.

Таким чином логістичні витрати пропонуємо впорядкувати на п'ять груп з виокремленням субрахунків, орієнтуючись на відповідні стандарти бухгалтерського обліку: П(С)БО 9 «Запаси», П(С)БО 16 «Витрати».

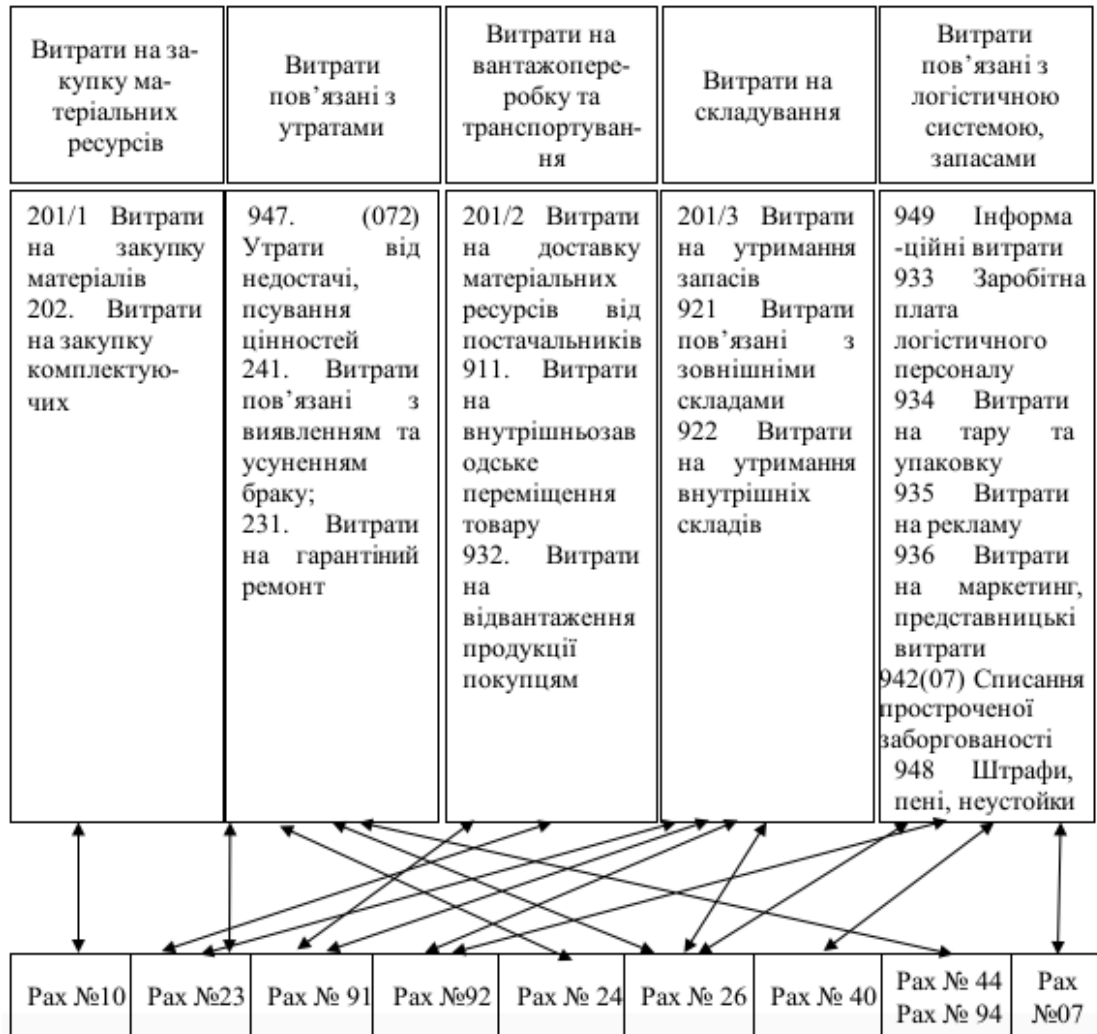


Рисунок 1 – Взаємозв'язок логістичних витрат та рахунків бухгалтерського обліку [3]

Наявність вищевикладених аналітичних рахунків допоможе систематизувати облік логістики, а додаткова графа у Звіті про фінансові результати дозволить робити комплексний аналіз логістики в розрізі підприємства та забезпечить формування логістичної статистики вцілому по країні, оскільки зазначена форма фінансової звітності є обов'язковою до подання для підприємств будь-якого виду діяльності.

Проте лівова частка підприємства-дистриб'юторів в більшій мірі потерпають не від проблем фінансового обліку, а в результаті невдалого управлінського обліку. Управлінці зазвичай не ігнорують необхідність системного підходу до розуміння поняття логістика і сприймають її лише як транспортування, проте згідно зі статистичними даними всередньому в структурі логістичних витрат займають наступні складові (у відсотках від продажу) [4]:

- перевезення — до 10%;
- складське зберігання — до 5%;
- запаси — до 5%;
- управління логістикою — до 4%;
- інфраструктура — до 5%.

Більшість підприємств-дистриб'юторів — це малі підприємства, в організаційній структурі яких відсутня посада логіста, який би прораховував найоптимальніші варіації проведення логістичної діяльності та мінімізації витрат при цьому. Таким чином підприємство автоматично втрачає повноцінне планування майбутніх витрат та аналіз попередніх витрат. Типова схема роботи підприємства-дистриб'ютора відбувається за наступним ланцюгом: «Замовлення (купівля) товару від постачальника — транспортування — складування — продаж товару кінцевому споживачу». Такий процес є абсолютно простим і наочно демонструє втрачені можливості у вигляді надмірних витрат

Пропонуємо налагоджену логістичну схему для торгового підприємства на рисунку 2.

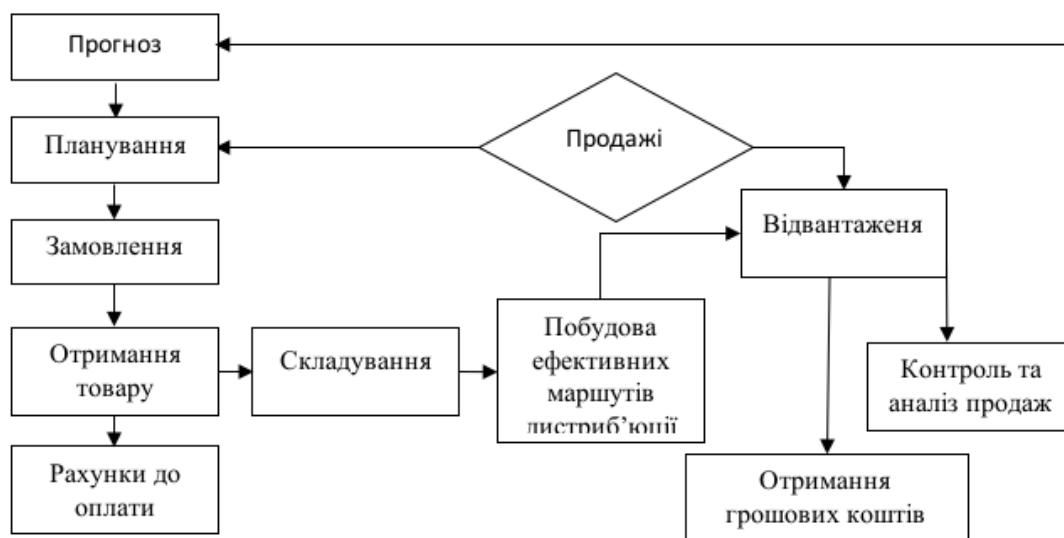


Рисунок 2 – Запропонована схема функціонування логістичного потоку підприємства-дистриб'ютора

Впровадження принципів логістики в системі управлінського обліку дистриб'ютора слід здійснювати в наступній послідовності [5]:

- визначення і класифікація логістичних витрат підприємства;
- практична розробка інструкцій віднесення постійних і змінних, прямих і непрямих витрат на окремі бізнес-процеси;
- введення в план рахунків підприємства субрахунків для обліку логістичних витрат;
- ведення аналітичного обліку для субрахунків логістичних витрат за окремими бізнес-процесами;
- здійснення безперервного контролю обліку логістичних витрат.

Висновки. В умовах глобальної конкуренції та формування безперервної системи постачання товарів перед українськими підприємцями постала проблема налагодження ланки логістичних потоків та мінімізації їх витрат.

Формулюючи місію і стратегію компанії важливо пам'ятати, що управління — це вибір багатьох із існуючих маршрутів, які найпростішим шляхом приводять до конкурентної переваги та досягнення цілі.

Логістика дистриб'ютора має забезпечуватися максимальною гнучкістю і можливістю проведення всебічного аналізу і контролю.

Література

1. González A. Trade Logistics in the Global Economy/Anabel González — USA: The World Bank Group, 2016. — [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://wb-lpi-media.s3.amazonaws.com/LPI_Report_2016.pdf
2. Тарашкевич О. Скорочення витрат в логістиці: схеми і варіанти/ Олександр Тарашкевич. — 2010. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.bankchart.com.ua/biznes/upravlinnya_biznesom/statti/skorochennya_vitrat_v_logistitsi_shemi_i_varianti
3. Ткаченко А.М. Облік логістичних витрат: проблеми та шляхи їх вирішення/ А.М. Ткаченко, А.В. Бакута. — Х. Вісник НТУ «ХПІ». 2012. — 27 с.
4. Ібрагімхалілова Т.В. Потенціал розвитку ринку транспортно-логістичних послуг в Україні/ Т.В. Ібрагімхалілова. — Дніпропетровськ: 2011. [Електронний ресурс]: - Ефективна економіка. Режим доступу: <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=1352>
5. Помірко Н. М. Класифікація логістичних витрат у формуванні системи управління ними на промисловому підприємстві/ Н. М. Помірко. — Л.: Вісник Національного університету «Львівська політехніка», 2010. — С. 99.

УДК 657

А.В. Шапаренко,

студентка Навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС»

Сумського державного університету

науковий керівник: **О.В. Кравченко,**

кандидат економічних наук, доцент кафедр бухгалтерського обліку та оподаткування

Навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС» Сумського державного університету

ЗМІНИ В ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИТРАТ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Анотація. Розширення сфери дії питань міжнародного співробітництва зумовило необхідність адаптації економіки держави до правил, визнаних закордонною спільнотою, у тому числі, й облікових. Вирішенню цього завдання сприяє формування принципово нових вимог до структури облікової політики суб'єктів державного сектору, побудови плану рахунків бухгалтерського обліку, порядку відображення операцій в обліку та відображення у звітності. Вказані вимоги прямо впливають і на основний об'єкт обліку та контролю бюджетних установ — їх доходи та витрати.

Ключові слова: доходи, витрати, облікова політика, план рахунків, фінансова звітність.

Постановка проблеми. Постійний процес економічного розвитку, спрямований на розширення меж міжнародного співробітництва, зумовлює необхідність вирішення проблем нормативно-правового та методологічного характеру облікового забезпечення суб'єктів державного сектору. Однією з таких проблем є невідповідність форм фінансової звітності вимогам, що до неї ставляться. Також відбувається постійне реформування законодавчого поля з питань організації облікового процесу. Все це призводить до змін у порядку класифікації, визнання, відображення в обліку та звітності об'єктів, в тому числі, доходів і витрат бюджетних установ.

Метою статті є дослідження змін у нормативному регулюванні організації облікового процесу в бюджетних установах в частині доходів і витрат, визначення існуючих недоліків, надання пропозицій шляхів їх вирішення.

Стан дослідження. Вивченням питань порядку обліку та відображення у фінансовій звітності доходів і витрат бюджетних установ займається ряд дослідників. С. Котова вивчає економічне значення касових та фактичних видатків, порядок їх синтетичного та аналітичного обліку, співвідношення таких видатків [1]. Бондаренко Н. М. вивчає підходи до визначення доходів і витрат бюджетних установ, їх класифікацію [2]. Дослідженням методики обліку доходів і витрат бюджетних установ займається Амбарчян М. С. [3].

Однак, постійні зміни законодавства із зазначеного питання вказують на необхідність безперервного його моніторингу з метою приведення у відповідність облікового процесу встановленим вимогам.

Виклад основного матеріалу. Основоположним документом установи, що висвітлює порядок ведення її обліку і складання звітності, відповідні правила, методи і способи, є облікова політика. Законодавчо основні вимоги щодо структури облікової політики бюджетної установи висвітлені в Методичних рекомендаціях щодо облікової політики суб'єкта державного сектору [4]. В документі наведено перелік положень, що повинні бути розкриті в обліковій політиці бюджетної установи у розрізі окремих об'єктів обліку. Зокрема, вона має відображати порядок обліку й розподілу транспортно-заготівельних витрат, перелік та склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (послуг, робіт), періодичність нарахування амортизації. Даний перелік не є вичерпним. Установи можуть доповнювати його, виходячи з галузевих особливостей діяльності, професійного судження головного бухгалтера щодо існуючих альтернатив в обліку.

У зв'язку з останніми змінами, обумовленими введенням в дію з 2017 р. плану рахунків, актуальним є відображення в обліковій політиці підходів до визнання доходу та витрат від обмінних та необмінних операцій: порядок класифікації, визнання й оцінки доходів і витрат від обмінних та необмінних операцій бюджетних установ.

Облікова політика встановлює основні правила обліку об'єктів, власне ж обліковий процес забезпечується шляхом відображення господарських операцій на рахунках бухгалтерського обліку установи з метою складання достовірної, зрозумілої та своєчасної фінансової звітності. Зміни законодавства торкнулися і цих питань.

Із затвердженням Змін до деяких нормативно-правових актів з бухгалтерського обліку в державному секторі [5], зазнав коригувань порядок визнання, класифікації й оцінки доходів і витрат бюджетних установ, визначений, відповідно НП(С)БО 124 «Доходи» [6] та НП(С)БО 135 «Витрати» [7].

У зв'язку із впровадженням Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки [8] наказом МФУ від 15.12.2016 р. внесено зміни до Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі [9]. Рахунки з обліку доходів і витрат бюджетних установ, що застосовуються з 01.01.2017 р., наведено в таблиці 1.

Наведена класифікація доходів і витрат є більш деталізованою, відповідає існуючій міжнародній практиці. Зокрема, вона передбачає поділ доходів і витрат бюджетних установ у залежності від того, в результаті якої операції вони були отримані чи понесені: обмінної або необмінної.

Рахунок 70 «Доходи за бюджетними асигнуваннями» нового плану рахунків за змістом відповідає рахунку 70 «Доходи загального фонду» плану рахунків, що діяв до 01.01.2017 року і призначений для обліку доходів, отриманих за рахунок бюджетних асигнувань.

Рахунок 71 «Доходи від реалізації продукції (робіт, послуг)» відповідає рахунку 72 «Доходи від реалізації продукції, виробів і виконаних робіт» попереднього плану рахунків і призначений для відображення інформації щодо доходів, отриманих в результаті реалізації продукції (робіт, послуг).

Таблиця 1 – Рахунки з обліку доходів і витрат бюджетних установ

Доходи			Витрати		
Доходи за обмінними операціями	Номер синтетичного рахунку	Назва рахунку	Витрати за обмінними операціями	Номер синтетичного рахунку	Назва рахунку
	70	Доходи за бюджетними асигнуваннями		80	Витрати на виконання бюджетних програм
	71	Доходи від реалізації продукції (робіт, послуг)		81	Витрати на виготовлення продукції (надання послуг, виконання робіт)
	72	Доходи від продажу активів		82	Витрати з продажу активів
	73	Фінансові доходи		83	Фінансові витрати
	74	Інші доходи за обмінними операціями		84	Інші витрати за обмінними операціями
Доходи за необмінними операціями	75	Доходи за необмінними операціями	Витрати за необмінними операціями	85	Витрати за необмінними операціями
	76	Умовні доходи		86	Умовні витрати

Рахунок 72 «Доходи від продажу активів» нового плану рахунків не має синтетичного рахунка-відповідника в попередньому плані рахунків, а лише деталізує рахунок доходів спеціального фонду (рахунок 71) попереднього плану рахунків і призначений для відображення інформації щодо доходів установи від реалізації активів.

Рахунок 73 «Фінансові доходи» також не має повного відповідника, однак, дослідження його змісту приводить до його часткової подібності субрахунку 712 «Доходи за іншими джерелами власних надходжень установ» попереднього плану рахунків в частині відображення доходу від розміщених депозитів. Додатково новий рахунок обліку доходів передбачає відображення інформації щодо доходів від дивідендів, роялті, операцій кредитування.

Рахунок 74 «Інші доходи за обмінними операціями» також деталізує вищеназваний рахунок попереднього плану рахунків в частині відображення доходів від курсових різниць, відновлення корисності, дооцінки активів.

Рахунок 75 «Доходи за необмінними операціями» частково розкриває сутність субрахунку 712 «Доходи за іншими джерелами власних надходжень установ» попереднього плану рахунків щодо відображення доходів, отриманих у вигляді благодійних внесків, грантів, дарунків та ін. Також новий рахунок обліку доходів застосовується для відображення доходу від податкових і неподаткових надходжень, надходжень єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, зобов'язань, що не підлягають погашенню (крім кредиторської заборгованості, строк позовної давності якої минув).

Рахунок 76 «Умовні доходи» не має відповідника в попередньому плані рахунків і призначений для відображення інформації щодо надходжень до бюджету від повернення раніше виданих бюджетних кредитів та від розміщення цінних паперів.

Щодо рахунків витрат, рахунок 80 «Витрати на виконання бюджетних програм» відображає принципово інший підхід до класифікації витрат бюджетних установ і призначений для узагальнення інформації щодо витрат, пов'язаних із виконанням такими установами покладених на них повноважень, а саме: витрати на оплату праці, матеріальні витрати, амортизація.

Рахунок 81 «Витрати на виготовлення продукції (надання послуг, виконання робіт)» також узагальнює інформацію щодо усіх витрат, пов'язаних з організацією надання послуг, виконання робіт, виготовлення продукції.

Для відображення інформації щодо собівартості реалізованої продукції та витрат з реалізації майна призначений рахунок 82 «Витрати з продажу активів».

Для узагальнення інформації щодо витрат, пов'язаних із обслуговуванням запозичень (відсотки за кредитами, премії за цінними паперами) новим планом рахунків передбачено окремий рахунок 83 «Фінансові витрати».

Для відображення інформації щодо витрат, які не увійшли до переліку попередньо зазначених (витрат за відрядженнями та ін.), слугує рахунок 84 «Інші витрати за обмінними операціями». Вказаний рахунок частково повторює зміст рахунку 83 «Інші витрати» попереднього плану рахунків (в частині витрат від зміни

курсу валют, зменшення корисності активів, знецінення необоротних активів і фінансових інвестицій).

Принципово відмінний від попереднього підхід щодо обліку трансфертів та інших витрат, пов'язаних з передачею активів суб'єктами державного сектору і витрат за операціями з надання кредитів і фінансування. Для відображення таких операцій в обліку застосовуються, відповідно, рахунки 85 «Витрати за необмінними операціями» та 86 «Умовні витрати».

Розглянуті симетричні рахунки доходів і витрат бюджетних установ узагальнюють інформацію щодо відповідних об'єктів обліку, завершальним же етапом облікового процесу виступає складання фінансової звітності.

Враховуючи значення доходів і витрат бюджетної установи загалом та при аналізі її діяльності, зокрема, й перелічені вище зміни в обліковому процесі, наказом МФУ «Про затвердження Порядку заповнення форм фінансової звітності в державному секторі та Змін до НП(С)БО 101 «Подання фінансової звітності»» [10] внесено коригування до форм фінансової звітності. Порядок заповнення форм фінансової звітності суб'єкта державного сектору висвітлений в листі МФУ від 28.03.2017 [11]. При заповненні звіту про фінансові результати установа має користуватися Класифікацією доходів бюджету та Функціональною класифікацією видатків та кредитування бюджету [12].

Зокрема, звіт про фінансові результати бюджетної установи у першому розділі «Фінансовий результат діяльності» висвітлює її доходи і витрати від обмінних та необмінних операцій.

Другий розділ вказаного звіту «Видатки бюджету (кошторису) за функціональною класифікацією видатків та кредитування бюджету» розкриває інформацію щодо видатків кошторису за їх функціональною класифікацією: видатки на загальнодержавні функції, оборону, громадський порядок, економічну діяльність, охорону навколишнього середовища, охорону здоров'я, освіту, соціальне забезпечення та ін.

Третім розділом звіту про фінансові результати «Виконання бюджету (кошторису)» передбачено узагальнення інформації щодо виконання кошторису. Так, за відповідним розділом доходи і витрати групуються за загальним та спеціальним фондами у розрізі планових доходів і витрат, плану з урахуванням змін та фактичних доходів і витрат установи.

Відповідно до затверджених змін, нова редакція Звіту про фінансові результати містить розділ, присвячений елементам витрат за обмінними операціями. Розділ висвітлює інформацію щодо витрат на оплату праці, відрахувань на соціальні заходи, амортизацію, матеріальних та інших витрат, що мали місце упродовж звітного та аналогічного періоду попереднього року.

При чому, дані за стовпцем «За аналогічний період попереднього року» у цьому році не заповнюються. Оскільки така форма звіту у 2017 році застосовується вперше, має місце таке виключення. Дані за вказаною колонкою необхідно буде вносити, починаючи зі звіту за перший квартал 2018 року.

Також елементи квартальної звітності такі як обрані методи обліку, окремі статті фінансової звітності підлягають розкриттю в пояснювальній записці.

Висновки. Облікові правила постійно зазнають змін. В останнє десятиліття все більш значна увага приділяється удосконаленню облікового процесу суб'єктів державного сектору. Зважаючи на його мету, проводиться така робота задля задоволення інформаційних потреб внутрішніх та зовнішніх користувачів: надання їм повної, достовірної, неупередженої інформації щодо діяльності суб'єкта. Для реалізації вказаної мети він має забезпечити якнайбільш ефективну систему облікового процесу. Це можливо здійснити лише шляхом постійного моніторингу законодавчих змін, вимог до нього.

Результати дослідження можуть стати в нагоді суб'єктам державного сектору в процесі удосконалення облікового процесу відповідно до вимог чинного законодавства.

Література

1. Котова С. С. Касові та фактичні видатки бюджетних установ: їх суть та економічне значення // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2009. № 647. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/2842?locale=uk> (Дата звернення: 26.05.2017).
2. Бондаренко Н. М. Сучасні підходи до сутності доходів і видатків бюджетних установ // Економіка та суспільство: електр. фах. вид. 2017. №8. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/8_ukr/119.pdf (Дата звернення: 07.11.2017).
3. Амбарчян М. С. Методика обліку доходів і витрат розпорядників бюджетних коштів // Економічний форум. 2016. № 3. URL: http://er.knutd.com.ua/bitstream/123456789/1953/1/20160905_101.pdf (Дата звернення: 26.05.2017).
4. Методичні рекомендації щодо облікової політики суб'єкта державного сектору. URL: <https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/metod-recomendacii-buhobliku-subektiv-derjavnogo-sektoru/metodichni-rekomendatsiyi-shchodo-oblikovoyi-politiki/> (Дата звернення: 13.04.2017).
5. Про затвердження Змін до деяких нормативно-правових актів з бухгалтерського обліку в державному секторі: наказ Міністерства фінансів України від 23.12.2016 № 1135 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0015-17> (Дата звернення: 14.04.2017).
6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 124 «Доходи»: наказ Міністерства фінансів України від 24.12.2010 № 1629 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0089-11> (Дата звернення: 04.11.2017).
7. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 135 «Витрати»: наказ Міністерства фінансів України від 18.05.2012 № 568 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0903-12> (Дата звернення: 04.11.2017).
8. Про затвердження Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки: постанова Кабінету Міністрів України від 16.07.2007 №34 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/34-2007-п> (Дата звернення: 14.04.2017).
9. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі: наказ Міністерства фінансів України від 31.12.2013 № 1203 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14> (Дата звернення: 03.11.2017).

10. Про затвердження Порядку заповнення форм фінансової звітності в державному секторі та Змін до НП(С)БО ДС 101 «Подання фінансової звітності»: наказ Міністерства фінансів України від 28.02.2017 № 307 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0384-17> (Дата звернення: 14.04.2017).
11. Щодо складання фінансової звітності суб'єктами державного сектору: лист Міністерства фінансів України від 28.03.2017 №35220-06-5/8303 // Міністерство фінансів України. URL: <http://www.minfin.gov.ua/news/view/ministerstvo-finansiv-ukrainy-roziasniue-poriadok-skladannia-finansovoi-zvitnosti-dlia-subiektiv-derzhavnoho-sektoru?category=dohidna-politika&subcategory=buhgalterskij-oblik> (Дата звернення: 16.05.2017).
12. Про бюджетну класифікацію: наказ Міністерства фінансів України від 14.01.2011 № 11 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/v0011201-11> (Дата звернення: 16.05.2017).

УДК 657.1.336

Ю.С. Шимко,

студентка Навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС»
Сумського державного університету

ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ЗА РОЗРАХУНКАМИ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Стаття присвячена висвітленню сутності ефективного управління дебіторською заборгованістю підприємства та дослідженню методики здійснення аналізу дебіторської заборгованості для більш різностороннього розгляду її обсягу керівниками підприємства. Запропоновано методику ABC- та XYZ-аналізу дебіторської заборгованості за розрахунками з покупцями та замовниками на прикладі ПАТ «Сумське НВО». Наведено заходи щодо ефективного управління дебіторською заборгованістю за розрахунками з покупцями та замовниками за відвантажені товари, виконані роботи та надані послуги.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, ефективність, управління, аналіз, підприємство, синергійний ефект, ABC-аналіз, XYZ-аналіз.

Постановка проблеми. На сьогодні для більшості підприємств характерне прискорене зростання обсягів дебіторської заборгованості підприємств, яка займає значну частку в структурі оборотних активів та є невід'ємною складовою операційної діяльності підприємства. Збільшення темпів зростання дебіторської заборгованості вимагає додаткового фінансування через вилучення коштів з обороту. Зважаючи, що найбільшу питому вагу займає дебіторська заборгованість за відвантажену продукцію управління дебіторською заборгованістю суб'єктів господарювання здебільшого пов'язано з оптимізацією саме цієї складової. Актуалізація в формування ефективних підходів до управління та аналізу дебіторською заборгованістю обумовлюється значною залежністю фінансового стану підприємства від своєчасного погашення дебіторської заборгованості

Стан дослідження. Теоретичні і методологічні питання аналізу та управління дебіторською заборгованістю у своїх працях висвітлюють вітчизняні науковці і практики, зокрема: О.М. Кияшко, О.Г. Лищенко, Т. Мамонт, В.П. Савчук — які зосереджують свою увагу на проблемних питаннях управління дебіторською

заборгованістю в сучасних умовах господарювання; Ф.Ф. Бутинець, А. Поддєрьогін, М.С. Пушкар, В.О. Шевчук та інші — приділяють увагу питанням аналізу дебіторської заборгованості.

Зважаючи, що значна частка заборгованості за товари, роботи, послуги в загальній структурі оборотних активів знижує фінансову стійкість, ліквідність підприємства та підвищує ризик фінансових збитків питання її аналізу потребують проведення подальших досліджень.

Виклад основного матеріалу. Загальне управління дебіторською заборгованістю передбачає проведення аналізу, який в свою чергу надає можливість визначити основні проблеми в управлінні та шляхи їх подолання. Узагальнюючи підходи сучасних науковців щодо основних напрямків проведення аналізу дебіторської заборгованості, можна виділити типові етапи для створення найбільш ефективного механізму управління заборгованістю (рис. 1) [4].

Наведені етапи аналізу дебіторської заборгованості надають змогу комплексно вивчити процеси оцінки та виникнення дебіторської заборгованості в логічній послідовності.

Комплексний аналіз повинен охоплювати систему якісних та кількісних функціонально пов'язаних між собою показників. Разом з цим на більшості підприємствах при аналізі дебіторської заборгованості основна увага зосереджується переважно на кількісному аналізі, що не дає змогу комплексно оцінити дебіторську заборгованість.

Вважаємо, що для більш детальної оцінки впливу дебіторської заборгованості на фінансово-економічний стан діяльності підприємства, формування системи ефективних управлінських рішень щодо напрямків оптимізації обсягів дебіторської заборгованості доцільно здійснювати також і якісний аналіз.

Основним завданням якісного аналізу є виявлення видів продукції, за якими існує найбільша питома вага дебіторської заборгованості за відвантажені товари, виконані роботи та надані послуги. Також є можливим визначення основних видів продукції, за якими найчастіше виникає дебіторська заборгованість, найбільш цінних та основних покупців та замовників ринкової інфраструктури.

Для вирішення поставлених завдань пропонуємо використати АВС-аналіз та XYZ-аналіз.

АВС-аналіз — це певний метод класифікації активів підприємства за їх прибутковістю. Взагалі даний спосіб дозволяє розподілити номенклатуру товарів, робіт, послуг на три нерівномірні підмножини А, В і С на основі певного формального алгоритму. Об'єкти групи А є дуже важливими для підприємства, оскільки займають найбільшу частку. Об'єкти групи В є також важливими, але не такими як А. Об'єкти групи С є найменше, або й зовсім не важливими [1].

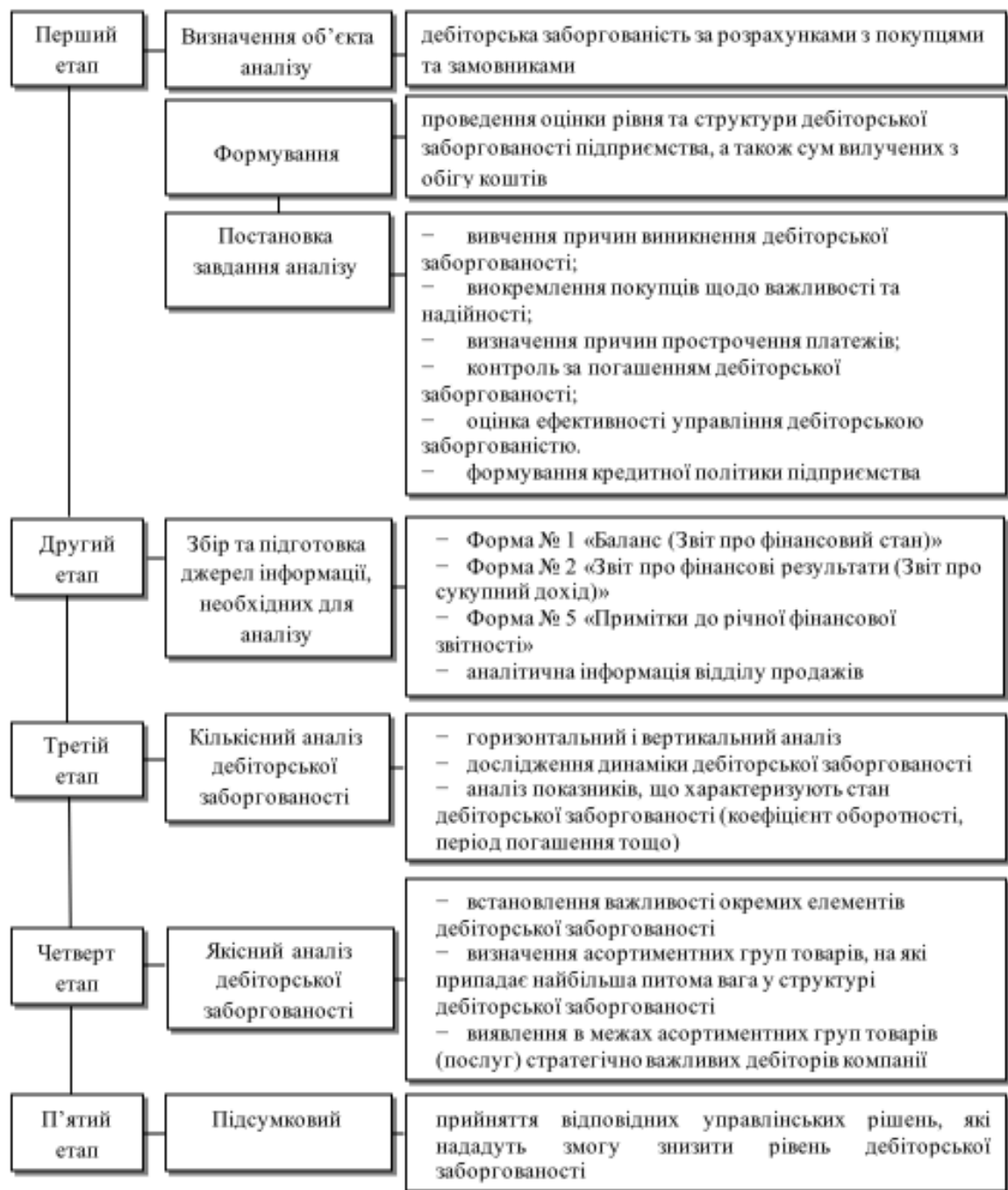


Рисунок 1 – Етапи проведення аналізу дебіторської заборгованості

XYZ-аналіз — це метод, що здійснює оцінку стабільності певних процесів чи об'єктів бізнесу. До об'єктів групи X відносять товари, попит на які є досить рівномірним і об'єм реалізації цих товарів є добре передбачуваним. До об'єктів групи Y відносять товари, обсяги споживання яких коливаються (переважно сезонні товари) і можливість прогнозування попиту на які є середньою. До об'єктів групи Z відносять товари попит на які виникає лише епізодично і прогнозувати такий попит важко [1].

Таким чином, при ABC-аналізі під час віднесення товарів до тієї чи іншої групи визначальне місце має розмір дебіторської заборгованості за товар, в свою чергу, при XYZ-аналізі таке місце займає точність прогнозування та ступінь рівномірності попиту.

Розглянемо можливості використання даного підходу на прикладі ПАТ «Сумське НВО». У таблиці 1 наведено всі види діяльності підприємства по експлуатації товарів, які поділено на асортиментні групи послуг, за якими існує дебіторська заборгованість.

Таблиця 1 – Класифікація дебіторської заборгованості відповідно до ABC- та XYZ-аналізу

№ з/п	Асортиментні групи в розрізі основних покупців та замовників	Частка дебіторської заборгованості у загальній її сумі, %	Клас товарної групи	Класифікація покупців та замовників залежно від рівня сталості продажів і важливості дебітора
1	Транспортування насосу ВВН1-12ТМ	58,5	група А	
	ТОВ «Мескон»			група Х
	ТОВ «Полісан»			група Z
	ПП «Мрія»			група Y
2	Постачання додаткових матеріалів	38,3	група А	
	ТОВ «Мескон»			група Х
	ТОВ «Полісан»			група Z
	ПП «Мрія»			група Y
3	Виконання інших видів робіт, послуг	3,2	група В	
	ПАТ «Рось»			група Х
	ТОВ «Оазис-центр»			група Y
	ПП «Дружба»			група Z

На підставі проведеного аналізу асортиментні групи послуг, які займають найбільшу частку дебіторської заборгованості у загальній її сумі віднесено до групи А, із середньою — до групи В, із найменшою — до групи С. В свою чергу, в межах цих груп виділено стратегічно важливих покупців та замовників (група Х), покупців та замовників, які користуються послугами сезонно (група Y), незначних покупців та замовників, які нерегулярно користуються послугами з невисокою точністю прогнозування (група Z).

В результаті подальшого об'єднання результатів ABC- аналізу та XYZ-аналізу отримуємо дев'ять груп, які наведено у вигляді матриці (табл. 2).

Таблиця 2 – Матриця результатів ABC-аналізу та XYZ-аналізу дебіторської заборгованості

Ступінь важливості покупця та замовника / товарної групи			
Вагомість дебіторської заборгованості покупця та замовника по товарній групі:	Найбільша	Помірна	Найменша
Найбільша	AX	AY	AZ
Помірна	BX	BY	BZ
Найменша	CX	CY	CZ

Виокремлення цих груп дає змогу розробляти певні технології управління за показниками частки дебіторської заборгованості у точності прогнозування її динаміки та у загальній її сумі. Характеристика кожної з груп об'єднаних результатів ABC- та XYZ-аналізу, що допоможе визначити, яка з груп дебіторської заборгованості потребує уваги найбільше (табл. 3) [5].

Таблиця 3 – Характеристика груп об'єктів за результатами ABC- та XYZ-аналізу

	А	В	С
X	Високий рівень дебіторської заборгованості Регулярність продажів Високий рівень прогнозованості	Середній рівень дебіторської заборгованості Регулярність продажів Високий рівень прогнозованості	Низький рівень дебіторської заборгованості Регулярність продажів Високий рівень прогнозованості
Y	Високий рівень дебіторської заборгованості Сезонність продажів Середній рівень прогнозованості	Середній рівень прогнозованості Сезонність продажів Середній рівень прогнозованості	Низький рівень дебіторської заборгованості Сезонність продажів Середній рівень прогнозованості
Z	Високий рівень дебіторської заборгованості Нерегулярність продажів Низький рівень прогнозованості	Середній рівень прогнозованості Нерегулярність продажів Низький рівень прогнозованості	Низький рівень дебіторської заборгованості Нерегулярність продажів Низький рівень прогнозованості

Отже, найбільшу дебіторську заборгованість мають групи AX, AY та AZ й потребують щоденного контролю та обліку, постійного аналізу відхилень від встановлених нормативів, тобто найбільшої уваги. Для групи AX потрібно розрахувати оптимальний розмір поставок, а для групи AZ необхідно ефективніше використовувати систему постачання з обов'язковим розрахунком обсягу страхового запасу. Аналогічно можна сказати про групи BX та BZ. Для асортиментних груп CX, CY, CZ потрібно використовувати узагальнені методи планування.

В подальшому для ефективного управління дебіторською заборгованістю за розрахунками з покупцями та замовниками підприємству необхідно вжити таких заходів:

1. Здійснити попередню перевірку покупців та замовників відносно ймовірності погашення ними заборгованості своєчасно та без затримань.
2. Створити рейтинг платоспроможності покупців та замовників, а також відмовитися у майбутньому від співробітництва з покупцями та замовниками, які своєчасно не сплачують борги. Під час створення рейтингу необхідно враховувати такі фактори впливу як загальний термін співробітництва з клієнтом, оцінка значимості клієнта для підприємства, вартість надання робіт, послуг або середній обсяг продажів, швидкість обертання дебіторської заборгованості клієнта, обсяги й строки дебіторської заборгованості, не сплаченої у строк.
3. Розглянути умови надання кредиту, його граничний розмір, обсяг та

порядок надання знижок, розміри штрафних санкцій (пені, неустойки), терміни відстрочення повернення боргу.

4. Класифікувати та згрупувати дебіторську заборгованість за різними ознаками (за дебіторами, строками та причинами виникнення (погашення) дебіторської заборгованості) з метою визначення групи важливих покупців та замовників, які забезпечують підприємству найбільший обсяг доходу і яких небажано втрачати, оскільки саме класифікація дебіторської заборгованості та її згрупування має практичну цінність для промислових підприємств;

5. Встановити групи неплатників, у яких потрібно вимагати термінове погашення заборгованості та здійснити реальну оцінку вартості й обертання дебіторської заборгованості.

6. Визначити види товарів чи наданих робіт, послуг, за якими виникнення заборгованості найбільш імовірне.

7. Сформувати план заходів по роботі з кожним покупцем та замовником.

8. Забезпечити ведення реєстру погашення дебіторської заборгованості та виокремити дебіторську заборгованість, не сплачену у строк.

9. Вести інформацію відносно запланованих сум погашення дебіторської заборгованості до фінансового плану суб'єкта господарювання і здійснювати контроль за його виконанням.

10. Застосовувати інші новітні методи та заходи управління дебіторською заборгованістю, такі як страхування фінансових ризиків, факторинг, використання оплати за допомогою векселів.

Усі запропоновані заходи ефективного управління дебіторською заборгованістю призведуть до зниження рівня ризику щодо несвоєчасного одержання грошових коштів від покупців та замовників, допоможуть налагодити ефективну кредитну політику на підприємстві, що, в свою чергу, безпосередньо сприятиме зростанню рівня прибутковості суб'єкта господарювання.

Висновки. Отже, варто зазначити, що дебіторська заборгованість є невід'ємною складовою операційної діяльності підприємства. Для ефективного управління дебіторською заборгованістю варто проводити її аналіз, оскільки це дасть змогу визначити її обсяги, що не буде перешкоджати нормальній роботі підприємства. В умовах невизначеності, недостатньо здійснювати тільки кількісний аналіз показників, саме тому рекомендується застосовувати якісний аналіз, основне завдання якого полягає у виявленні видів продукції, за якими виникає найбільша дебіторська заборгованість за відвантажені товари, виконані роботи та надані послуги, визначенні найбільш важливих покупців та замовників. Для цього запропоновано скористатися ABC- та XYZ-аналізом. В результаті проведеного дослідження на прикладі ПАТ «Сумське НВО» дебіторську заборгованість за розрахунками з покупцями та замовниками було розподілено на групи відповідно до ймовірності її погашення та запропоновано шляхи вирішення проблем. Також розроблено заходи та методи ефективного управління дебіторською заборгованістю за розрахунками з покупцями та замовниками за відвантажені товари, виконані роботи та надані послуги, які підвищать платоспроможність, ліквідність активів та фінансову стабільність ПАТ «Сумське НВО».

Література

1. Корягіна С.В. Маркетинговий аудит / С.В.Корягін, М.В. Корягін. — К.: Центр учбової літератури, 2014. — 320 с.
2. Кручак Л. В. Методика аналізу дебіторської заборгованості в системі управління підприємством [Електронний ресурс] / Л. В. Кручак // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. — 2016. — Вип. 22. — С. 161—165. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2016_22_37
3. Паянок Т. Аналіз дебіторської заборгованості підприємства за допомогою економіко-математичних методів [Електронний ресурс] / Т. Паянок, А. Савченко // Економіст. — 2017. — № 3. — С. 27—32. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2017_3_7
4. Федорченко О.Є. Методи управління дебіторською заборгованістю на підприємстві / О.Є. Федорченко. — К.: Київський національний економічний університет, 2008. — Ч. II. — С. 605—613.
5. Федорченко О.Є. Облік і аналіз розрахунків з дебіторами / О.Є. Федорченко. — К.: Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, 2009.

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТ

М.О. Божок,

студент обліково-фінансового факультету

Вінницького торговельно-економічного інституту

Київського національного торговельно-економічного університету

науковий керівник: **С.П. Ковальчук,**

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри обліку та оподаткування

Вінницького торговельно-економічного інституту

Київського національного торговельно-економічного університету

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК

Сьогодні економічний аналіз є невід'ємним елементом у діяльності підприємств, оскільки він дозволяє досліджувати їх функціонування, спрогнозувати розвиток у майбутньому, розкрити резерви виробництва, виявити напрямки підвищення ефективності діяльності і є базою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Економічний аналіз — це комплексне глибоке вивчення роботи підприємств, його підрозділів та інших господарських формувань для об'єктивної оцінки її результатів і виявлення можливостей подальшого підвищення ефективності господарювання. Для виділення економічного аналізу як самостійної науки сприяв розвиток продуктивних сил, виробничих відносин, поширення обміну, нарощування обсягів виробництва. Подальший розвиток суспільних відносин визначив необхідність поділу економічного аналізу на:

1) **загальнотеоретичний економічний аналіз**, який вивчає економічні явища і процеси на макрорівні (на суспільно-економічному рівні — державному рівні національної економіки та її окремих галузей);

2) **конкретно-економічний аналіз** — аналіз на мікрорівні, тобто аналіз господарської діяльності підприємства.

Вивчаючи економічний аналіз можна навчитися оцінювати роботу підприємств і організацій, визначати доцільність використання ресурсів; навчитися пошукам і обчисленню резервів для підвищення рівня ефективності виробництва, а також використовувати здобуті знання та інформацію для розв'язування економічних проблем і формувати на цій основі потрібних управлінських рішень і пропозицій. Можна сказати, що економічний аналіз є досить розробленою в теоретичному плані наукою. Але все ж таки вона знаходиться у стані розвитку.

Перспективи розвитку економічного аналізу в теоретичному напрямку тісно пов'язані з розвитком суміжних наук [3, с. 75].

Завдання в сучасному економічному аналізі: аналіз і оцінка трансформації ринкового середовища; визначення механізмів запобігання кризовим явищам економічних систем різного рівня; оперативна оцінка економічної ситуації внутрішнього та зовнішнього середовища за станом, який склався чи може скластися; постійний моніторинг відхилень показників управління від їх регламентованих значень за місцем, причинами та відповідальністю осіб; обґрунтування заходів і підготовка варіантів рішень; аналіз резервів стабілізації економічного зростання; подання оперативної та достовірної аналітичної інформації органам управління за визначеними регламентами або на запит користувачів; визначення прискореного досягнення поставленої мети; дослідження комерційного ризику [4, с. 94].

Економічний аналіз тісно пов'язаний з багатьма економічними та неекономічними дисциплінами: бухгалтерським обліком, статистикою, діалектикою, політичною економією, аудитом, плануванням, маркетингом, галузевими економіками, організацією виробництва й управління, фінансуванням і кредитуванням підприємств, економіко-математичними методами тощо.

Для початку розглянемо, як пов'язаний економічний аналіз з діалектикою та політичною економією. Ці науки є теоретичною і методологічною основою всіх економічних наук, в тому числі і економічного аналізу.

В основу аналізу покладено діалектичний метод дослідження, який створює необхідний простір для абстрактно-логічних суджень. Основні принципи діалектики є базовими для використання в економічному аналізі. Протилежністю аналізу є синтез. Аналіз і синтез перебувають у діалектичній єдності і є засобами пізнання господарської діяльності.

Політична економія - наука загальнометодологічна, яка розкриває основи суспільного виробництва, розподіл, обмін, споживання матеріальних благ, закони функціонування і розвитку виробництва за конкретних умов господарювання. Економічний аналіз досліджує дію економічних законів, які виражають головний, магістральний напрям розвитку того чи іншого господарства та проявляються в закономірностях і тенденціях його стратегії.

Також тісний зв'язок існує між економічним аналізом та бухгалтерським обліком. Функцією бухгалтерського обліку є відображення всіх ресурсів підприємств, господарських засобів, а також їхній рух, зміни, використання в процесі здійснення господарських операцій., з цієї функції і випливає зв'язок з економічним аналізом. Частка економічної інформації, яка отримується через систему бухгалтерського обліку, перевищує 70 %. В економічному аналізі ставляться підвищені вимоги до повноти даних, оперативності, достовірності, порівнянності, безперервності, доступності. Не знаючи методики бухгалтерського обліку та змісту звітності, важко підібрати для аналізу необхідні матеріали та перевірити їхню вірогідність. З іншої сторони, вимоги, які ставляться перед аналізом, у всіх випадках переадресовуються бухгалтерському обліку. Зв'язок

економічного аналізу з бухгалтерським обліком полягає також у широкому застосуванні в процесі аналізу бухгалтерських прийомів дослідження [1, с. 79].

Тісний зв'язок економічного аналізу існує і між статистикою. Цей зв'язок залежить від використання методології визначення багатьох показників, певних статистичних прийомів та статистичної інформації для аналітичних розрахунків. Статистика розробляє і теоретично вдосконалює правила й можливості застосування тих чи тих прийомів у конкретних ситуаціях, вимоги до таблиць і способи їх побудови.

Достатньо велику роль відіграють і фінансово-кредитні дисципліни, які також мають зв'язок з економічним аналізом, який полягає, насамперед, у застосуванні методичних положень аналізу для вивчення фінансових можливостей, способів зміцнення фінансових позицій, обґрунтування сум кредитів тощо. За умов ринку цей зв'язок є необхідним [2, с. 45].

Такі науки, як бухгалтерський облік, аудит, економічний аналіз — перебувають у безперервному розвитку і є взаємозв'язаними та взаємозумовленими в загальній інформаційній системі управління підприємством. Їх важливим завданням є постійне вдосконалення та розвиток виробництва з урахуванням досягнень науки і практики. Економічний аналіз, завершуючи економічну роботу підприємства, забезпечує підпорядкованість окремих її складових частин виконанню прогнозів, договорів, планів.

Планування є економічною наукою зі своїм специфічним предметом і методом. Складання науково обґрунтованих планів чи розроблення прогнозів на всіх рівнях неможливі без економічного аналізу. Вплив і дія аналізу виявляються не тільки в удосконаленні методів розробки планів, а й в організації їх виконання. Економічний аналіз є досить важливою частиною науково обґрунтованого планування, регулювання та управління.

Також застосування математики в економічних дослідженнях і розрахунках поширюється насамперед на область змінних величин, пов'язаних між собою функціональною залежністю. Застосування математики в економіці часто набирає форми економіко-математичного моделювання. Математична модель, що сконструйована на засаді глибокого теоретичного дослідження економічної суті процесу, буде об'єктивно його відображати. Застосування в економічному аналізі математичних методів значно підвищило його авторитет: аналіз став глибшим, ґрунтовнішим, оперативнішим, охопив більшу кількість об'єктів, більший обсяг інформації [1, с. 80].

Отже, економічний аналіз можна назвати синтезованою наукою, яка сформувалася внаслідок інтеграції багатьох наук і об'єднала окремі їх елементи. Економічний аналіз має тісні зв'язки з багатьма економічними і неекономічними науками. У свою чергу, результати аналізу використовуються іншими науками. Усі ці зв'язки є багатоплановими, реальними, об'єктивними і мають бути використані для всебічного розвитку діяльності підприємств, їх підрозділів і об'єднань. Економічний аналіз як практична діяльність розкривається за такими напрямками: як основна — інформаційно-аналітична діяльність; як сервісна діяльність — функція управління, інформаційна система, що забезпечує обґрунтування

управлінських рішень. Економічний аналіз широко застосовується в процесі проведення ревізій, аудиторських перевірок та маркетингових досліджень. Це невід’ємна частина системи планування підприємства, яка, особливо щодо собівартості продукції, є складовою управлінського обліку.

Література

1. Вакульчик О.М. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О.М. Вакульчик, Д.П. Дубицький // Вісник Академії митної служби України. Сер.: Економіка. — 2012. — № 2. — С. 75–82.
2. Олійник О.В. Реалізація економічного аналізу як професійної діяльності: роль в системі управління / О.В. Олійник // Вісник ЖДТУ. — № 2 (55)
3. Мішеніна Н.В. Економічний аналіз : навчальний посібник / Н.В. Мішеніна, Г.А. Мішеніна, І.Є. Ярова. — Суми : Сумський державний університет, 2014. — 310 с.
4. Цигилик І.І. Економічний аналіз — основний чинник підвищення ефективності підприємницької діяльності // Актуальні проблеми економіки. — 2003. — №7. — С. 90–96.

УДК 331.21

М.О. Божок,

студентка обліково-фінансового факультету,
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ОРГАНІЗАЦІЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Анотація. Стаття присвячена ознайомленню з поняттям оплата праці, її сутності та змісту на підприємстві. З’ясовано зміст систем організації оплати праці та систем її мотивації, а також шляхи їх удосконалення у сучасних умовах.

Ключові слова: оплата праці, організація оплати праці, основна заробітна плата, додаткова заробітна плата, преміювання.

Постановка проблеми. Основою соціально-трудових відносин найманих працівників, роботодавців і держави, які впливають на ефективність управління трудовими ресурсами є аспекти організації оплати праці. Оплата праці є досить важливою ланкою системи соціально-трудових та соціально-економічних відносин. По-перше, вона є основним джерелом грошових доходів найманих працівників, основою матеріального добробуту їхніх сімей, по-друге, є суттєвою часткою витрат виробництва і водночас головним чинником забезпечення матеріальної зацікавленості працівників у досягненні високих кінцевих результатів праці. Перехід українських підприємств на світові стандарти організації економічної діяльності в процесі євроінтеграції української економіки зумовлює необхідність вдосконалення існуючих систем оплати та мотивації праці. Цим обумовлена актуальність обраної теми дослідження.

Стан дослідження. Про саму сутність оплати праці, її проблематику, оцінку її ефективності та продуктивності розглянуто у роботах таких науковців, як: Д. П. Богиня, О. В. Бондарук, В. М. Гончаров, А. М. Гриненко, В. М. Данюк, Г. А. Дмитренко, Н. В. Дудіна, Г. Т. Завіновська, А. В. Калина, А. М. Колот, Г. Т. Куліков, Н. Д. Лук'янченко, О. Ф. Новікова, Н. О. Павловська, О. Н. Уманський, М. О. Волгін, Б. М. Генкін, О. П. Єгоршин, Ю. П. Кокін, Р. П. Колосов, Б. Г. Мазманов, Г. Є. Слезінгер, Е. А. Уткін, Р. А. Яковлев та ін, а також зарубіжних дослідників М. Армстронга, С. Л. Брю, Я. Кесслера, К. Р. Макконелла, А. Маршала, Н. Х. Мескона, Р. Дж. Еренберга та інших. Однак, у науковій літературі не повністю висвітлені сучасні системи оплати праці, що використовуються вітчизняними підприємствами, недостатньо опрацьовані перспективи їх розвитку.

Виклад основного матеріалу. Неможливо об'єктивно розглядати властивості структури, елементи, форми вияву тощо будь-якого процесу, не з'ясувавши попередньо його сутність, природу з урахуванням конкретних історичних умов. Це положення повною мірою стосується й пізнання сутності організації оплати праці в нових економічних умовах.

Для початку визначимо, що таке оплата праці. Оплата праці — це будь-який заробіток, обчислений, як правило, в грошовому виразі, який за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу або надані послуги.

Організація оплати праці один з найважливіших інструментів, що визначає взаємозв'язок міри праці й міри його оплати, міру праці визначають кількісні та якісні її аспекти, а міру його оплати — прожитковий рівень, як вихідний її момент. Також іншими словами, можна сказати, що організація оплати праці — це чинний на підприємстві організаційно-економічний механізм взаємозв'язку між показниками, що характеризують міру праці й міру його оплати відповідно до фактично досягнутих результатів праці, тарифних умов оплати праці та погодженого між працівниками і роботодавцями ціною послуг робочої сили.

До складових організації оплати праці належать такі елементи:

- державне регулювання;
- договірне регулювання через укладання генеральних, галузевих, регіональних угод і колективних договорів на рівні підприємств, трудових договорів із найманими працівниками;
- механізм визначення індивідуальної зарплати безпосередньо на підприємстві з використанням таких елементів як заводська тарифна система, нормування праці, форми й системи оплати праці.

Суб'єктами організації оплати праці є:

- органи державної влади та місцевого самоврядування;
- власники, об'єднання власників або їхні представницькі органи;
- професійні спілки, об'єднання професійних спілок або їхні представницькі органи;
- працівники.

Організація оплати праці на підприємстві містить чотири елементи: формування фонду оплати праці; нормування праці; тарифне нормування праці;

розробка ефективних систем оплати праці. Фонд заробітної плати підприємства складається з трьох елементів: основна заробітна плата; додаткова заробітна плата; інші заохочувальні та компенсаційні виплати [2, с. 202].

Відповідно до статті 1 Закону України «Про оплату праці» заробітна плата — це винагорода, обчислена у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівнику за виконану роботу. Згідно із Кодексом законів про працю України основою організації оплати праці є тарифна система оплати праці, яка складається з тарифних сіток, тарифних ставок, схем посадових окладів і тарифно-кваліфікаційних характеристик.

Зазначимо, що тарифна система оплати праці — це сукупність правил, за допомогою яких забезпечується порівняльна оцінка праці, залежно від кваліфікації, умов її виконання, відповідальності, значення галузі та інших факторів, що характеризують якісну сторону праці.

Існує основна заробітна плата і додаткова заробітна плата. Основна заробітна плата — це винагорода за виконану роботу згідно з встановленими нормами праці. Вона встановлюється у вигляді тарифних ставок (окладів) та підрядних розцінок для працівників і посадових окладів для службовців. А додаткова заробітна плата — це винагорода за роботу, виконану понад встановлених норм, за трудові успіхи і винахідництво та особливі умови праці. Вона складається з доплат, надбавок, компенсаційних виплат, передбачених чинним законодавством, премій, пов'язаних з виконанням виробничих завдань.

Також існують інші заохочувальні та компенсаційні виплати. З метою встановлення джерел фінансування, розміру, умов і порядку виплати такої винагороди розробляється та затверджується положення про винагороду за підсумками роботи за рік. До заохочувальних та компенсаційних виплат належать виплати у формі винагород за підсумками роботи за рік, премій за спеціальними системами і положеннями, компенсаційні та інші грошові і матеріальні виплати, які не передбачені актами чинного законодавства, чи здійснюються понад встановлених зазначеними актами норм [1].

На підприємстві застосовують дві форми оплати праці: погодинну і підрядну. Існують різновиди цих форм, які називають системами оплати праці:

- проста погодинна;
- погодинно-преміальна;
- пряма підрядна;
- підрядно-преміальна;
- підрядно-прогресивна;
- акордна.

Під час розроблення положень про оплату праці, про преміювання та про винагороду за підсумками роботи за рік важливо визначити джерела коштів на оплату праці працівників підприємств є частина доходу, одержаного в результаті їхньої діяльності, а для бюджетних організацій та установ — кошти, що виділяються з відповідних бюджетів, а також частина доходу, одержаного в результаті їхньої господарської діяльності та з інших джерел.

Положення про оплату праці, про преміювання та про винагороду за підсумками роботи за рік на практиці розробляються відділом організації праці та заробітної плати і затверджуються, як правило, наказом керівника підприємства. У положенні про оплату праці має бути визначено системи оплати праці (відрядна, почасова, акордна тощо) і форми організації та оплати праці (індивідуальна, колективна) на основі законодавчих та інших нормативних актів, генеральної, галузевих і регіональних угод, колективних і трудових договорів. Також положення про оплату праці має містити порядок перегляду та індексації заробітної плати на підприємстві, а також строки і періодичність виплат заробітної плати, порядок вирішення трудових спорів з питань оплати праці тощо.

У положенні про оплату праці рекомендується визначити структуру заробітної плати на підприємстві. Складовими структури заробітної плати на підприємстві є:

- основну заробітну плату — визначаються розміри тарифних ставок (окладів), посадових окладів;
- додаткову заробітну плату — встановлюються надбавки, доплати, гарантійні і компенсаційні виплати, передбаченні чинним законодавством;
- премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань, посадових обов'язків — бажано робити посилання на положення про преміювання;
- заохочувальні і компенсаційні виплати, які встановлюються власником підприємства або уповноваженим ним органом — зазначаються види надбавок, доплат, заохочень та підстави їх застосування [3, с. 187].

Під час розроблення положення про преміювання слід передбачити показники преміювання, а також конкретний розмір премії для працівників певних категорій. У цьому положенні визначаються умови, порядок і терміни виплати премій, порядок розгляду спорів стосовно преміювання. Рекомендується також обумовити випадки, коли працівники можуть бути позбавлені премії. Зазначимо, що преміювання може поділятися на індивідуальне і колективне. Індивідуальне преміювання — це винагорода конкретного працівника за якісне виконання виробничих завдань (посадових обов'язків), другий — полягає у виплаті винагороди за підсумками роботи структурного підрозділу (бригади, цеху, відділу тощо). На практиці преміювання працівників здійснюється звичайно щомісячно або щоквартально [2, с. 204].

Аналізуючи оплату праці на підприємствах, можна зазначити ряд проблем, які присутні. Наприклад, проблемою може бути низький рівень мотивації при системі оплати праці. Це призводить до того, що він не стимулює працівників для вищих показників у виконанні виробничих планів, тому преміювання проводиться за підсумками виконання планових завдань, а не за їх перевиконання. При цьому також відсутня економія в матеріальному стимулюванні робіт і в самій оплаті праці.

Цю проблему можна вирішити, при застосуванні ряду передумов:

- необхідність стимулювання збільшення випуску продукції;
- можливість застосовувати кількісні показники витрат праці робітників;
- забезпечення встановленого рівня якості продукції.

А також застосувати систему преміювання, до якої входять такі види

премій:

- поточне преміювання за основні фінансові показники діяльності підприємства за звітний період;
- премії за виконання певних завдань, які мають винятково важливе значення для досягнення підприємством високих результатів у вигляді бонусів, комісійних;
- одноразові премії за трудові досягнення або значні заслуги працівника;
- премія за підсумками роботи за рік;
- премія за підсумками виконання виробничої програми підприємства, розрахованої на 3–5 років [4, с. 84].

Також існують ряд проблем і в організації обліку оплати праці. Це такі як: регламентація організації праці на підприємстві; контроль за використанням робочого часу та забезпечення зростання продуктивності праці; своєчасне і правильне визначення сум нарахованої заробітної плати й єдиного соціального внеску та віднесення їх на собівартість продукції (робіт, послуг), а також на витрати діяльності; здійснення у встановлені терміни всіх розрахунків з працівниками і службовцями із заробітної плати та інших виплат; облік і контроль за використанням фонду заробітної плати та іншими грошовими коштами, які виділяють для оплати праці працівників підприємства.

Ще однією проблемою є проблема «тіньової» заробітної плати, яка представляє собою заробіток найманого працівника, який знаходиться за межами офіційного (державного) обліку і контролю. Для подолання проблеми «тіньової» заробітної плати потрібно здійснювати заходи що направлені на її легалізацію.

Не менш важливими проблемами обліку розрахунків з оплати праці в умовах сучасної економічної кризи є примусова відпустка працівників за власний рахунок, переведення працівників на неповний робочий день, звільнення працівників, затримка виплати заробітної плати, не проведення індексації заробітної плати та компенсацій за невикористані відпустки працівниками.

Удосконалення організації оплати праці на підприємствах має будуватися на оптимізації тарифного регулювання заробітної плати, до якої належать: удосконалення тарифної системи шляхом встановлення співвідношень тарифних ставок залежно від рівня кваліфікації робітників; запровадження гнучких форм і систем оплати праці; розроблення внутрішньовиробничих тарифних умов оплати праці. Напрямки удосконалення організації заробітної плати мають здійснюватися разом із проведенням загальної соціально-економічної, структурної, податкової, цінової політики. Заходи спрямовані на удосконалення оплати праці, включають насамперед забезпечення залежності розмірів заробітної плати від особистого внеску працівників у результати праці [3, с. 189].

Висновки. Отже, оплата праці — це будь-який заробіток, обчислений, як правило, в грошовому виразі, який за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу або надані послуги. Оплата праці є досить важливою ланкою системи соціально-трудових та соціально-економічних відносин. Адже, організація оплати праці є основою соціально-трудових відносин найманих працівників, роботодавців і держав, які впливають на ефективність управління трудовими ресурсами. Вона є основним

джерелом грошових доходів найманих працівників, основою матеріального добробуту їхніх сімей, а також — суттєвою часткою витрат виробництва і водночас головним чинником забезпечення матеріальної зацікавленості працівників у досягненні високих кінцевих результатів праці.

Література

1. Про оплату праці: Закон України // Відомості Верховної Ради України. — 2014. — № 719-VII.
2. Гамова О. В. Сучасні підходи до організації оплати праці на промислових підприємствах України / Гамова О. В. // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2007. — № 3. — Т. 1. — С. 202–205.
3. Герасимчук Л.С. Шляхи вдосконалення обліку оплати праці / Л.С. Герасимчук, О.В. Кантаєва // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ, Серія: Економічні науки. — 2012. — №12. — С. 186–194.
4. Костишина Т.А. Проблеми формування конкурентоспроможної системи управління оплатою праці на підприємствах споживчої кооперації Кримспоживспілки / Т. А. Костишина // Науковий вісник ПУСКУ. Серія «Економічні науки». — Полтава : РВЦ ПУСКУ. №2 (22), 2007. — С. 81–85.

УДК 658.336

Т.С. Бойчук,

студентка факультету управління, сфери обслуговування та харчових технологій
Чернівецького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету
науковий керівник: **Ю.В. Козут,**
старший викладач кафедри фінансів, банківської справи та підприємництва
Чернівецького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

НЕМАТЕРІАЛЬНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті розглянуто сутність нематеріального стимулювання персоналу, визначено його основні характеристики та вплив на продуктивність праці. Проаналізовані недоліки матеріального стимулювання доведена важливість нематеріальної мотивації працівників. Надані пропозиції щодо втілення нематеріальної мотивації в діяльності туристичних підприємств.

Ключові слова: мотивація працівників, матеріальна мотивація, нематеріальне стимулювання, персонал, туристичні сфера.

Постановка проблеми. Туристична індустрія в Україні розвивається зростаючими темпами, обслуговуючи все більше споживачів нашої країни та іноземців. В даному контексті є актуальним питанням заохочення персоналу до ефективної праці. Ефективність використання трудового потенціалу багато в чому залежить від існуючої системи стимулювання праці на підприємстві.

Стан дослідження. Широке коло питань, пов'язаних із дослідженнями нематеріального стимулювання, знайшли відображення в роботах багатьох вітчизняних та закордонних вчених. Так, витоки розуміння мотивації працівників в цілому та нематеріального стимулювання зокрема, досліджувались через А. Маслоу, Е. Мейо, М. Мескон, А. О. Азарової, Г.В. Іванченка, Девіда А. Надлера, Едварда Е. Лоулера.

Виклад основного матеріалу. В сучасному світі, для того щоб досягти конкурентних переваг товарів або послуг, підприємству необхідно зробити більше, ніж просто слідкувати за його високою якістю або встановленням найнижчої ціни. Для цього суб'єктам підприємництва потрібно орієнтуватися на постійні зміни у зовнішньому середовищі, удосконалювати процес управління на підприємстві, використовувати нові підходи, методи та інструменти для підвищення ефективності своєї господарської діяльності. Одним із таких інструментів є мотивація працівників.

Питання збільшення продуктивності праці за рахунок мотивації набирає все більшого значення в сучасному світі, де все більшу роль відіграє праця інтелектуальна, в той час як фізична праця людини замінюється машинною. Продуктивність фізичної праці головним чином залежить від досвіду людини. Це величина відносно стала і вимагає тільки підвищення рівня кваліфікації. У той час як продуктивність інтелектуальної праці складніше визначити і контролювати, так як вона більше залежить від суб'єктних факторів людини, таких як : почуття свободи, наявність стимулів, особистісні уподобання, бажання або страх перед відповідальністю тощо. Продуктивність інтелектуальної праці робітника може різко змінюватися, а для її підтримки потрібна постійна мотивація [1].

Матеріальна мотивація заснована на винагороді працівника через систему оплати праці. Вона включає в себе заробітну плату, премії, бонуси, цінні папери, подарунки, проценти від прибутку, страхування, медичне обслуговування працівників, соціальні програми, пенсійні програми, кредити, матеріальну допомогу.

Сьогодні дуже багато компаній використовують в якості мотивації так звану систему «швидких рішень». Щорічно витрачаються колосальні суми на футболки, ручки, чашки, картинки, квитки, путівки на курорти з метою підтримання або підвищення мотивації своїх працівників. Така матеріальна мотивація, звичайно ж, підвищує продуктивність, але тимчасово. Крім того такий підхід не виявляє справжніх причин зниження продуктивності праці, а що й гірше, з таким підходом керівник може легко приховати свою неспроможність, списавши її на недостатню мотивацію [2, с. 129].

Заохочення перетворюються в частину заробітної плати. Співробітники потрапляють в залежність від регулярних заохочень. Щоб утримати ті ж темпи продуктивності такими методами, доведеться постійно збільшувати витрати на них. У результаті утворюється ситуація, коли їх не тільки не можна скорочувати, але доводиться постійно збільшувати, оскільки всі співробітники будуть вважати такі заохочення обов'язковою частиною оплати їх праці [3, с. 181].

У гонитві за заохоченнями серед працівників з'являється нездорова конкуренція. Слабкі співробітники залишаються без підтримки більш сильних і досвідчених і у них практично не залишається шансів хоч у чомусь стати переможцем. Тим самим втрачається бажання до розвитку. Розвиватися будуть лише сильні, виштовхуючи одне одного з передових позицій, працюючи кожен на себе, а то й на шкоду колезі.

Таким чином, короткострокові заохочення як метод «швидких рішень» себе абсолютно не виправдовують, якщо здійснюються постійно. Хоча коли мова заходить про мотивацію, її намагаються ототожнити тільки матеріальними цінностями. Це відбувається через те, що керівники дуже часто недооцінюють нематеріальну мотивацію, або не бажають витратити на неї дорогоцінний час.

Під нематеріальними стимулами маються на увазі такі заохочення до високо результативної роботи, які не видаються співробітнику у вигляді готівки чи безготівкових грошей, але можуть вимагати від компанії інвестицій в якість робочої сили, а саме: можливість розвитку і навчання, планування кар'єри, оздоровлення, пільгове харчування тощо [4]. Основний ефект, який досягається за допомогою нематеріальної мотивації — це підвищення рівня лояльності та зацікавленості співробітників в компанії.

Нематеріальне стимулювання розвитку персоналу в організації, насамперед, направлене на задоволення мотиву збереження соціального статусу працівника в трудовою колективі завдяки залишенню за ним його робочого місця чи займаної посади; підвищення соціального статусу працівника в трудовому колективі в результаті одержання ним більш відповідальної посади, посилення зацікавленості працівника самим процесом опанування новими знаннями, вміннями та практичними навичками, поглиблення інтересу щодо професійного спілкування з професіоналами, як і організації, так і поза її межами [4].

Якщо говорити в цілому, то в Україні існують певні труднощі з мотивуванням персоналу. Це, перш за все, пов'язано з тим, що найбільш дієвими інструментами мотивації у нас є фінансові, проте більшість керівників прагнуть не витратити кошти на мотивування персоналу. Тому частіше використовують певні санкції за невиконання завдання. Винагороди та різного роду премії також трапляються, але призначені для найкращих працівників. Нематеріальна мотивація у нас також використовується, але меншою мірою, оскільки є менш дієвою. Хоч на підприємствах і створюється певна культура та традиції, що сприяє ефективному виконанню роботи, проте фінансові виплати — найкращий стимул для українців, оскільки заробітні плати порівняно з цінами зростають меншими темпами. Нижче наведені приклади є найбільш дієвими методами нематеріального стимулювання працівників на підприємствах України.

**Таблиця 1. Приклади успішних методів
нематеріального стимулювання персоналу**

Назва ком- панії	Зміст мотивувальних заходів	Аналіз мотивувальних заходів
МакДональдс Юкрейн	Проводять конкурс «Усі зірки», переможці якого працюють під час проведення Олімпійських ігор у ресторанах МакДональдс, розташованих в олімпійському селі, й відповідно мають можливість побувати на спортивних змаганнях. Також проводять міжнародний конкурс вокалу «Голос МакДональдс». Кожному з трьох переможців компанія оплатила зйомку професійного кліпу, з яким вони вирушили на міжнародний конкурс «Голос МакДональдс», а також надала можливість взяти участь у фіналі кастингу української версії «Фабрики зірок».	Метод також сприяє зближенню працівників та підвищенню інтересу до праці. Підтримує відпочинок працівників та заохочення розвитку талантів, тому метод є ефективним, особливо для тих, хто прагне крім отримання заробітку, ще й отримати суспільне визнання чи просто урізноманітнити життя.
TUI UKRAINE	Використовують метод “привілеї інноваторам” або “система “перків”, тобто привілеї для управлінського персоналу фірми. Перки” можуть мати різноманітний характер. Найчастіше це оплачувані фірмою обіди, під час яких менеджери проводять ділові переговори, безплатні консультації по особистим фінансовим питанням, курси перекваліфікації та реорієнтації для людей, які працюють у компанії вже протягом тривалого періоду.	Метод не лише мотивує до ефективної праці, але й зближує робітників та керівників між собою.
TEZ Tour	Компанія організувала проект «Ліга чемпіонів» для заохочення працівників компанії, що досягли успіхів у своїх захопленнях (фотографією, альпінізмом, мотоспортом, соціальними проектами, поезією, футболом). Переможці отримали «корисні» призи — незамінні для їх хобі предмети.	Метод дозволяє підтримувати довіру працівників до керівництва; дозволяє розкривати хобі кожного працівника і доносити це до масового загалу задля суспільного визнання та досягнення успіху.

Джерело: розроблено самостійно на основі [5, с. 342].

Також говорячи про сучасні методи стимулювання на підприємствах туристичної індустрії можна відзначити наступні пропозиції:

1. Безкоштовні рекламні тури: це не тільки підвищує професіоналізм менеджерів, але і дає їм можливість відволіктися від повсякденної рутини, отримати нові враження.

2. Для новачків корисним буде можливість навчання, відвідування все можливих семінарів.

3. Проведення різних корпоративних заходів, які можуть поліпшити згуртованість колективу і його взаємини (наприклад, корпоративні свята, святкування особистих свят співробітників в колективі, організація командної роботи, організація спільного відпочинку персоналу, створення конкурсів, в яких співробітники можуть приймати командну участь.

4. Під час мотивації персоналу необхідно також враховувати умови праці. Позитивний психологічний настрій на трудову діяльність створює умови праці. Хороші умови праці посилюють мотивацію незначно, тоді як погані умови різко її знижують.

5. Для підтримання хороших умов праці в туристичній фірмі особливу увагу необхідно приділити соціально-психологічним факторам. Наприклад, через тривалу і монотонну роботу на комп'ютері співробітники відчують психологічний і фізичний дискомфорт. Тому, щоб знизити психологічне та фізичне навантаження, можливе введення додаткової 5-хвилинної перерви на кожну годину роботи (крім обов'язкової, встановленої законом), якою співробітник зможе розпоряджатися на свій розсуд, наприклад, піти на 15 хвилинну перерву раз в 3 години, а також надання будь-якого простору, де персонал відпочивав би під час обідньої перерви (кімната відпочинку).

Висновки. Таким чином, для підвищення ефективності туристичної діяльності та збільшення продуктивності праці персоналу керівництво туристичного підприємства повинне цікавитися життям співробітників. Це дозволить сформувати справжню мотивацію персоналу до ефективної діяльності, що в свою чергу, буде сприяти не тільки успішному функціонуванню організації, але й її розвитку.

Література

1. Девід А. Надлер. Теорія очікувань: новий підхід до мотивації [Електронний ресурс] / Девід А. Надлер, Едвард Е. Лоулер //. — Режим доступу : <http://www.elitarium.ru/motivaciya-personal-stimulirovanie-rabota-proizvoditelnost-stimul-voznagrazhdenie-rezultat-model/>
2. Одегов Ю.Г. Управління персоналом / Ю.Г. Одегов, Г.Г. Руденко. — М.: Юрайт, 2014. — 532 с.
3. Генрі. Дж. Керування інноваціями та викликами / Дж. Генрі, Д. Мейл // Підручник. — А.: Open University, Business School, 2002. — 294 с.
4. Азарова А.О. Дослідження множини чинників нематеріальної мотивації на підприємстві / А.О. Азарова, О.А. Ковальчук // Економічний простір. — 2010. — №5. — С. 53—54.
5. Маслова В.М. Управління персоналом / В.М. Маслова. — М.: Юрайт, 2015. — 491 с.

Н.О. Гаращук,
студентка обліково-фінансового факультету
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету
науковий керівник: **І.Ф. Лобачева,**
доцент кафедри обліку та оподаткування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті розглянуто використання факторного аналізу в практичній діяльності транспортних підприємств в Україні. Проведено оцінку фінансових результатів та зроблено відповідні висновки.

Ключові слова: факторний аналіз, прибуток, мультиплікативна модель, метод ланцюгових підстановок.

Постановка проблеми. В сучасних умовах ринкової економіки прибуток відіграє важливу роль, будучи головною метою підприємницької діяльності, основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів підприємства, що забезпечують його розвиток, створюючи базу економічного розвитку держави в цілому. Саме тому великого значення набуває якісний аналіз фінансових результатів діяльності підприємства. Вчасний та об'єктивний аналіз фінансових результатів сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств, його інвестиційної привабливості та ділової активності, найбільш раціональному та ефективному використанню матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, усуненню зайвих, економічно невиправданих витрат.

Стан дослідження. Проблемам аналізу фінансового стану та фінансового результату підприємства присвячено низку праць як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-економістів. А саме, питання оцінки фінансових результатів діяльності підприємства розглядали: Литвин Б. М., Мних Є. В., Барнгольд С. Б., Шеремет А. Д., Доля В. Т., Костюк В. О., Коцеруба Н. В., Грицина Р. Р., Білецька Н. В. та інші.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні, результати функціонування та розвиток підприємства зумовлені сталістю фінансових результатів і ефективною системою управління фінансовою безпекою. Такий зв'язок зумовлений тим, що фінансовий результат не тільки характеризує фінансовий стан підприємства та його динаміку, але й виступає тим ресурсом, який може стимулювати його діяльність. Аналізуючи зміст фінансового результату, різні вчені в деяких аспектах торкаються розгляду засад управління рентабельністю. При цьому однозначної відповіді на питання узгодження рівня рентабельності як важеля управління фінансовим станом і результатом функціонування підприємства досі не має [5, с. 25].

Прибуток є один з основних показників діяльності будь-якого підприємства, у тому числі транспортного. Це узагальнюючий фінансовий показник, в якому знаходять відображення усі сторони виробничо-експлуатаційної діяльності суб'єкта господарювання. До того ж, в умовах ринку, прибуток є джерелом усіх фінансових ресурсів підприємства. У зв'язку з цим актуальне значення має факторний аналіз данного показника, тобто визначення впливу найважливіших чинників на його зміну [1, с. 148].

До основних завдань аналізу прибутку можна віднести такі:

- оцінка динаміки показників прибутку;
- визначення впливу різних факторів на прибуток (факторний аналіз);
- оцінка можливих резервів зростання прибутку [5, с. 24].

При аналізі величини прибутку транспортних підприємств необхідно використовувати математичні і схематичні моделі цього показника, що містять в собі набір різноманітних техніко-експлуатаційних і економічних чинників (кількість рухомого складу, показники експлуатаційного і інтенсивного його використання, рівень рентабельності транспортних послуг). Для підрахунку впливу цих факторів на зміну даного показника рекомендується використовувати метод ланцюгових підстановок [3, с. 23].

Спочатку розглянемо методику двохфакторного аналізу прибутку від реалізації транспортних послуг (рис 1):

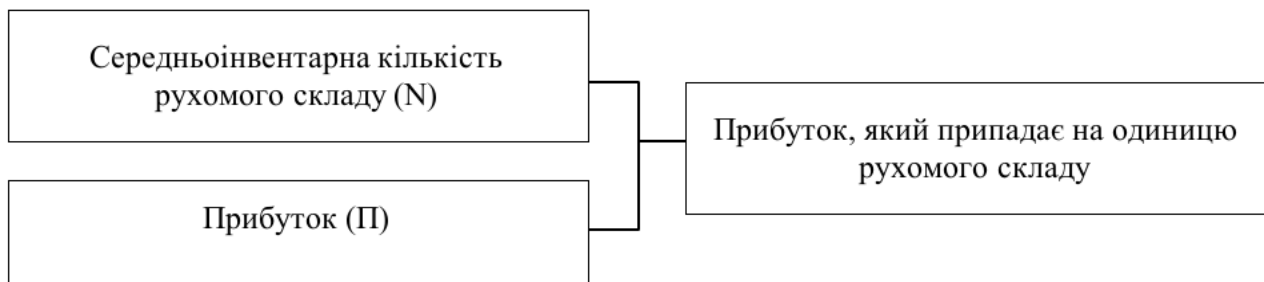


Рис. 1. Структурно-логічна модель двохфакторного аналізу

Згідно з наведеної схеми взаємозв'язку (рис.1), прибуток транспортного підприємства можна представити у вигляді наступної факторної мультиплікативної моделі:

$$\overline{П} = N \times f \quad (1)$$

Якщо значення аналізованого і факторних показників базисного періоду позначити через $Π_0 = N_0 f_0$, а аналогічне значення звітного періоду, як $Π_1 = N_1 f_1$, то ланцюгова схема розрахунку впливу факторів на зміну прибутку матиме такий вигляд: $N_0 f_0 \rightarrow N_1 f_0 \rightarrow N_1 f_1$ [2, с. 3].

Для того, щоб обчислити вплив кожного з чинників на відхилення аналізованого показника прибутку необхідно від кожного наступного члена ланцюгової схеми розрахунку відняти абсолютну величину кожного попереднього. Зважаючи на викладене пропонується розрахунок абсолютного впливу зазначених факторів «N» і «f» на зміну досліджуваного показника прибутку $\Delta Π$ здійснювати за такими формулами (через «0» позначено абсолютні значення показників в

базисному періоді, через «1» – у звітному, знаком «Δ» – абсолютна величина впливу окремого чинника на зміну прибутку):

– Абсолютний вплив чинника «N»:

$$\Delta\Pi_N = (N_1 - N_0)f_0 \quad (2)$$

– Абсолютний вплив чинника «f»:

$$\Delta\Pi_f = N_1(f_1 - f_0) \quad (3)$$

У зв'язку з цим, пропонується розширити двохфакторну модель прибутку шляхом розкладання комплексного чинника «прибуток, який припадає на одиницю рухомого складу» на наступні субфактори: число днів роботи рухомого складу (D), коефіцієнт випуску рухомого складу на лінію (K), середньодобова тривалість перебування рухомого складу на лінії (t), середньо експлуатаційна швидкість руху транспортних засобів (V), рівень рентабельності транспортних послуг (ρ).

У цьому випадку структурно-логічна модель факторного аналізу прибутку транспортних підприємств матиме наступний вигляд (рис. 2):

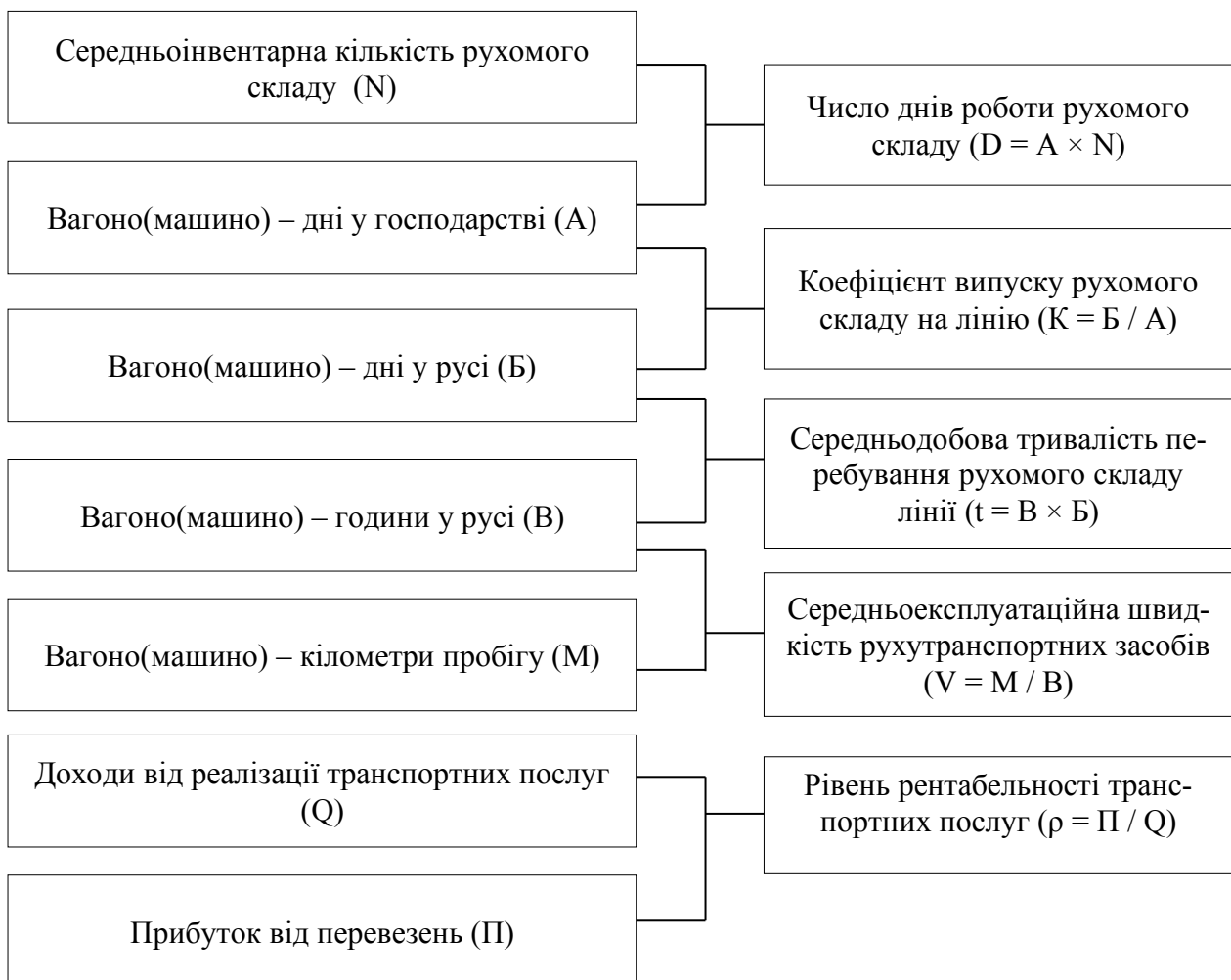


Рис. 2. Аналітико-синтетична схема взаємозв'язку показника прибутку від перевезень і чинників, що впливають на його зміну

З наведеної схеми взаємозв'язку (рис. 2) впливає така мультиплікативна модель досліджуваного показника прибутку для його багатфакторного аналізу:

$$\Pi = N \times D \times K \times t \times p \quad (4)$$

Використовуючи дану мультиплікативну схему, на підставі даних таблиці 1 визначимо вплив кожного чинника на прибуток ПАТ «Закарпатінтерпорт».

Таблиця 1

Факторний аналіз прибутку ПАТ «Закарпатінтерпорт»

Показники	2015(x_0)	2016(x_1)	Зміна
Число днів роботи рухомого складу, дні	303	305	2
Коефіцієнт випуску рухомого складу на лінію	0,6	0,8	0,2
Середньодобова тривалість перебування рухомого складу лінії, год	16	16,9	0,9
Середньоексплуатаційна швидкість руху транспортних засобів, км/год	14,9	15,7	0,8
Рівень рентабельності транспортних послуг, %	2,7	3,2	0,5
Прибуток від перевезень, млн. грн	128723126	233065872	104342746

Розроблено на основі джерела: [6].

Застосовуючи до цієї моделі метод ланцюгових підстановок, пропонується наступні розрахункові формули для обчислення абсолютного впливу зазначених чинників на загальну зміну аналізованого показника прибутку [3, с. 24-25]:

- вплив середньоінвентарної кількості рухомого складу:

$$\begin{aligned} \Delta \Pi_N &= (N_1 - N_0) \times D_0 \times K_0 \times t_0 \times V_0 \times p_0; \\ \Delta \Pi_N &= (1125 - 1100) \times 303 \times 0,6 \times 16 \times 14,9 \times 2,7 = 2925525,6 \end{aligned} \quad (5)$$

- вплив числа днів роботи рухомого складу:

$$\begin{aligned} \Delta \Pi_D &= N_1 \times (D_1 - D_0) \times K_0 \times t_0 \times V_0 \times p_0; \\ \Delta \Pi_D &= 1125 \times (305 - 303) \times 0,6 \times 16 \times 14,9 \times 2,7 = 868968 \end{aligned} \quad (6)$$

- вплив коефіцієнта випуску рухомого складу на лінію:

$$\begin{aligned} \Delta \Pi_K &= N_1 \times D_1 \times (K_1 - K_0) \times t_0 \times V_0 \times p_0; \\ \Delta \Pi_K &= 1125 \times 305 \times (0,8 - 0,6) \times 16 \times 14,9 \times 2,7 = 44172540 \end{aligned} \quad (7)$$

- вплив середньодобової тривалості перебування рухомого складу на лінії:

$$\begin{aligned} \Delta \Pi_t &= N_1 \times D_1 \times K_1 \times (t_1 - t_0) \times V_0 \times p_0; \\ \Delta \Pi_t &= 1125 \times 305 \times 0,8 \times (16,9 - 16) \times 14,9 \times 2,7 = 9938821,5 \end{aligned} \quad (8)$$

- вплив середньоексплуатаційної швидкості руху транспортних засобів:

$$\begin{aligned} \Delta \Pi_V &= N_1 \times D_1 \times K_1 \times t_1 \times (V_1 - V_0) \times p_0; \\ \Delta \Pi_V &= 1125 \times 305 \times 0,8 \times 16,9 \times (15,7 - 14,9) \times 2,7 = 10020348 \end{aligned} \quad (9)$$

- вплив рівня рентабельності транспортних послуг:

$$\begin{aligned} \Delta \Pi_p &= N_1 \times D_1 \times K_1 \times t_1 \times V_1 \times h_1 \times \beta_1 \times (p_1 - p_0); \\ \Delta \Pi_p &= 1125 \times 305 \times 0,8 \times 16,9 \times 15,7 \times (3,2 - 2,7) = 36416542,5 \end{aligned} \quad (10)$$

Величина сумарного впливу усіх чинників повинна дорівнювати загальній абсолютній зміні досліджуваного показника прибутку:

$$\Delta \Pi_N + \Delta \Pi_D + \Delta \Pi_K + \Delta \Pi_t + \Delta \Pi_V + \Delta \Pi_p = \Pi_1 - \Pi_0 \quad (11)$$

Перевірка:

$$2925525,6 + 868968 + 44172540 + 9938821,5 + 10020348 + 36416542,5 = 104342746$$

$$104342746 = 104342746 \text{ (млн. грн.)}$$

Таким чином, згідно проведених розрахунків величина сумарного впливу всіх чинників дорівнює загальній зміні досліджуваного показника прибутку ПАТ «Закарпатінтерпорт» та становить 104342746 млн. грн. А саме: у 2016 році порівняно з 2015 зі збільшенням рівня рентабельності транспортних послуг на 5% прибуток підприємства зріс на 36416542,5 млн. грн., зі збільшенням числа роботи рухомого складу на 2 дні прибуток підприємства зріс на 868968 тис. грн., а коефіцієнт випуску рухомого складу на лінію становив 44172540 млн. грн. Зі збільшенням середньодобової тривалості перебування рухомого складу лінії на 0,9 год. прибуток збільшився на 9938821,5 млн. грн., зі збільшенням середньоексплуатаційної швидкості руху транспортних засобів на 0,8 км/год прибуток підприємства збільшився на 10020348 млн. грн.

Наведена методика факторного аналізу показника прибутку транспортного підприємства дозволяє розкласти даний синтетичний показник на ряд його аналітичних складових, представити у вигляді окремих математичних моделей, визначити вплив найважливіших техніко-економічних чинників на його загальну зміну за будь-який період роботи [2, с. 7].

На основі виконаного факторного аналізу прибутку визначається характер економічного розвитку транспортного підприємства. При цьому розрізняють наступні можливі шляхи розвитку підприємства:

— екстенсивний шлях — весь приріст — аналізованого показника отримується за рахунок впливу екстенсивних чинників;

— інтенсивний шлях — весь приріст — аналізованого показника отримується за рахунок впливу інтенсивних чинників;

— переважно на інтенсивній основі — більше— 50% приросту аналізованого показника отримується за рахунок впливу інтенсивних чинників;

— переважно на екстенсивній основі — більше – 50% приросту аналізованого показника отримується за рахунок впливу екстенсивних чинників [4, с. 16].

Висновки. Результати факторного аналізу фінансового результату — прибутку за двофакторною мультиплікативною моделлю є інструментом пошуку резервів збільшення чистого фінансового результату, без отримання якого є неможливим ведення ефективної фінансово-господарської діяльності суб'єктом господарювання. Достовірна інформація про отримані результати економічного аналізу необхідна для прийняття ефективних управлінських рішень, що в свою чергу призведе до досягнення значної економічної ефективності виробництва та рентабельності продукції.

Література

1. Доля В.Т. Экономический анализ: теория и практика методики. — К.: Кондор, 2003. — 208 с.
2. Костюк В. О. Моделювання і факторний аналіз рівня доходності трамвайно-тролейбусних підприємств / В. О. Костюк // Комунальне господарство міст. Серія : Економічні науки. — 2017. — Вип. 133. — С. 2–7.
3. Костюк В. О. Факторний аналіз рівня прибутку підприємства міського електричного транспорту / В. О. Костюк // Комунальне господарство міст. Серія : Економічні науки. — 2014. — Вип. 117. — С. 23–25.
4. Костюк В. О. Моделювання і факторний аналіз доходу трамвайно-тролейбусних підприємств / В. О. Костюк // Комунальне господарство міст. Сер. : Економічні науки. — 2015. — Вип. 122. — С. 10–17.
5. Коцеруба Н. В. Факторний аналіз фінансових результатів діяльності підприємства / Н. В. Коцеруба, Р. Р. Грицина, Н. В. Білецька // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2016. — № 1. — С. 24–28.
6. <https://smida.gov.ua/db/emitent/22104970>.

М.І. Данилюк,

студентка факультету фінансів, підприємництва та обліку
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

науковий керівник: **І.А. Лопашук,**

кандидат економічних наук, асистент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності факультету фінансів, підприємництва та обліку
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

ТОВАРОЗНАВЧІ ТА МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті розглядаються основні товарознавчі та маркетингові аспекти ринку хліба та хлібобулочних виробів. Наведено статистичні дані про обсяги промислового виробництва та споживання хлібопекарської продукції. Розглянуто основні споживчі властивості та асортиментні групи хлібобулочних виробів. Виявлено основні проблеми функціонування ринку. Досліджено динаміку виробництва хліба і хлібобулочних виробів в Україні. Встановлено, що на ринку хліба і хлібобулочних виробів функціонує велика кількість підприємств різних розмірів і форм власності, які конкурують між собою на регіональних ринках.

Ключові слова: ринок хліба, хліб, хлібобулочні вироби, обсяги споживання, асортимент, споживні властивості.

Постановка проблеми. Харчова промисловість України є однією з найважливіших серед інших, тому що харчування для людини - це якість її існування та безпека життя в суспільстві. Хліб та хлібобулочні вироби займають особливе місце в структурі вітчизняного споживання, оскільки їхня частка в харчовому раціоні населення України становить близько 40%. Хліб характеризується високою соціальною значущістю, населення потребує стабільного й своєчасного забезпечення якісною і свіжою продукцією. Це зумовлює необхідність дослідження реальної місткості ринку та виявлення потенційних можливостей для розвитку хлібопекарських підприємств відповідно до змін, які відбуваються в суспільстві.

Тому, товарознавче та маркетингове дослідження стану, проблем і перспектив розвитку ринку хліба і хлібобулочних виробів України було, є і залишатиметься в майбутньому актуальним за будь-яких умов розвитку економіки країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам дослідження товарознавчих характеристик хліба і хлібобулочних виробів, особливостей ринку хлібопекарської продукції присвячені праці таких науковців як: В. А. Осика [5], Н. І. Костецька [1], М. П. Побережна [6], І.Ю. Ладико [2], Н. Навольська [4], Н.С. Скопенко [8], та ін.

Метою статті є дослідження основоположних характеристик хліба, як товару, вивчення сучасного стану, особливостей ринку хліба та хлібобулочних виробів, виявлення основних проблем та визначення тенденцій розвитку.

Виклад основного матеріалу. Хліб та хлібобулочні вироби є одним з основних продуктів харчування. Споживання хліба становить близько 110 кг на одну людину на рік. Для хлібобулочних виробів є характерним високий рівень споживчих властивостей, які визначаються їх хімічним складом, засвоюваністю поживних речовин, енергетичною цінністю, біологічними і органолептичними показниками. Хлібобулочні вироби забезпечують організм людини вуглеводами, білками та жирами. В 1 кг хліба вміщується від 1900 до 2315 ккал.

Рівень засвоєння хімічних речовин хлібобулочних виробів організмом людини досить високий: білки засвоюються на 70-90%, вуглеводи - на 94-98%, жири - на 92-95%. Зазвичай, рівень засвоєння хімічних речовин у хлібобулочних виробках з вищих ґатунків борошна вищий, що пояснюється меншим вмістом у них клітковини і вищою пористістю. Важливу роль при цьому відіграють смакові властивості виробів, їхній зовнішній вигляд. Добре розвинута пористість виробів зумовлює добру збагачуваність їх травними соками, що сприяє кращому засвоюванню їжі [2, с.119].

Класифікацію хліба здійснюють за видом та ґатунком борошна (пшеничний, житній, із суміші житнього та пшеничного борошна), за видом сировини та рецептурою (простий та поліпшений), за способом випікання (формовий, подовий), за формою (булки, батони, калачі, плетені вироби тощо), за призначенням (звичайний та дієтичний).

За інформацією Державної служби статистики українці щорічно споживають близько 1,2-1,3 млн. тонн хліба та хлібобулочних виробів. За підсумками 2016 року, за даними Державної служби статистики [4], виробництво хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання скоротилося на 5,85% (або на 72092 тонн) і становило 1159933 тонн. (Табл. 1).

Таблиця 1

Обсяг виробництва хліба та хлібобулочних виробів у натуральному вираженні за 2015-2016 рр.

Найменування продукції	Одиниця виміру	2015 рік	2016 рік	Відхилення (+,-)	Відхилення (%)
				2016/2015	2016/2015
Хліб та вироби хлібобулочні, нетривалого зберігання	тонн	1232025	1159933	-72092	-5,85
Хліб житній	тонн	14933	12031	-2902	-19,43
Хліб пшеничний	тонн	533705	492970	-40735	-7,63
Хліб житньо-пшеничний і пшенично-житній	тонн	401096	370010	31086	-7,8
Вироби булочні	тонн	275661	278354	2963	0,98
Хліб дієтичний	тонн	2043	1815	-228	-11,16
Хліб інший	тонн	4587	4753	166	3,62

Також спостерігається скорочення виробництва у 2016 р. порівняно з 2015 р. таких видів хлібобулочної продукції як: хліб житній — виробництво зменшилось на 2902 тонн (або на 19,4%), хліб пшеничний — на 40735 тонн (7,6%), хліб житньо-пшеничний — на 31086 тонн (7,8%), хліб дієтичний — на 228 тонн. (11,2%).

Причиною цього є низька купівельна спроможність населення, зменшення кількості самих споживачів в зв'язку з міжнародною міграцією населення, втратою ринків збуту в Донецькій і Луганській областях, а також втрата виробничих потужностей в даних регіонах. Вплинуло на ринок і зростання цін на хлібобулочну продукцію в зв'язку з інфляцією.

Проте, це не означає, що українці починають їсти менше хліба: профільні асоціації та учасники ринку стверджують, що насправді на ринку присутній великий тіньовий сегмент - продаж хліба і хлібобулочних виробів в кіосках, зареєстрованих як фізичні особи-підприємці [10].

В даному сегменті виробництво, зберігання та продаж продукції не завжди відповідає санітарним нормам, рецептурі та технології. Ці виробники, зазвичай, не сплачують ПДВ, не працевлаштовують працівників, у результаті вони можуть продавати свою продукцію дешевше офіційно виробленої, оскільки у їх продукції нижче собівартість.

Важливими проблемами подальшого розвитку ринку хлібобулочних виробів є суттєве покращення забезпечення потреб споживачів у якісному хлібі промислової випічки за прийнятною ціною, одержання на цій основі достатньої маси прибутку підприємствами-товаровиробниками і підвищення ефективності їх діяльності. У сучасних умовах це можливо лише за умови комплексного дослідження регіональних ринків хлібобулочних виробів, прогнозу їх кон'юнктури в

майбутньому, здійснення виважених дій органів державного управління щодо їх регулювання та розробки відповідних маркетингових стратегій підприємствами хлібопекарської галузі на ринку хлібобулочних виробів.

Виробництво хлібобулочних виробів є матеріаломістким і значну частку в структурі собівартості продукції займають витрати на сировину. Постійне поступове підвищення цін на борошно, дріжджі, сіль, воду та іншу сировину, а також на енергоресурси і паливо, призводить до зростання собівартості продукції [2, с.439]. Однак, зважаючи на соціальну значущість хліба, держава встановлює граничний рівень рентабельності на соціальні види хліба, а органи місцевої влади стежать за цінами і жорстко регулюють їхній рівень. Такими чином, виробництво соціальних видів хліба обмежує можливості підвищення прибутковості підприємств. Нарощування обсягів виробництва елітних видів хлібопекарської продукції з різними наповнювачами, ціноутворення на яку держава не регулює, значною мірою залежить від платоспроможного попиту споживачів. Зважаючи на стійку тенденцію, що спостерігається протягом останніх років, до зменшення доходів населення та зниження його купівельної спроможності, цей сегмент ринку також є обмеженим для вітчизняних підприємств.

Щодо ситуації в 2017 році (Табл.2), варто зазначити, що за період з січня по вересень поточного року реалізовано хлібобулочної продукції на суму 22203,1 млн. грн., що становить 1,4 % всієї реалізованої продукції. З нього реалізовано продукції за межі країни на суму 2150,9 млн. грн.

Таблиця 2

Обсяг реалізованої хлібобулочної продукції за січень-вересень 2017 року

Найменування продукції	Обсяг реалізованої продукції без ПДВ та акцизу		З нього обсяг продукції, реалізованої за межі країни	
	млн.грн.	у % до всієї реалізованої продукції	млн.грн.	у % до обсягу реалізованої промислової продукції за видом діяльності
Хліб, хлібобулочні та борошняні вироби	22203,1	1,4	2150,9	9,7
Хліб та хлібобулочні вироби; борошняні кондитерські вироби, торти і тістечка нетривалого зберігання	12451,4	0,8	142,0	1,1

Обсяг реалізації хліба та хлібобулочних виробів, борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання за період з січня по вересень 2017 р. становив 12451,4 млн. грн. З нього реалізовано продукції за межі країни на суму 142 млн. грн. [4].

Виробники хлібобулочної продукції орієнтовані в основному на внутрішній ринок, хоча є й невеликий експорт. Деякі компанії розвивають виробництво заморожених хлібних напівфабрикатів, які відправляють на зовнішні ринки. Сегмент замороженого хліба в Україні займає близько 1 %.

Експортують свою продукцію компанії в країни ЄС. Особливо експорту сприяє скасування мита в ЄС. Проте, українським виробникам важко конкурувати на європейському ринку, оскільки ринкові умови диктують високі вимоги до якості продукції, яка повинна бути підтверджена відповідною сертифікацією [1, с.28].

Головною особливістю ринку хліба та хлібобулочних виробів є практично однаковий обсяг виробництва щомісяця з незначними коливаннями в межах 7%. Щоправда, напередодні Великодня легальні і тіньові виробники хліба збільшують виробництво продукції, випускаючи до свят паски, як правило, по кілька сотень тисяч штук.

За підсумками 2016 року провідними гравцями хлібобулочного ринку стали компанії: «Київхліб», група компаній Lauffer, «Хлібні інвестиції», «Куліничі», «Формула Смаку», «Концерн Хлібпром». Їх сумарна частка склала майже 52%.

У 2016 році всі провідні компанії продемонстрували скорочення виробництва. Найбільше падіння було у групи компаній Lauffer, адже основним сегментом для неї був схід країни. Лідером на ринку відчуває себе Куліничі. Компанія дуже динамічно розвивається в Києві і області і стає головним конкурентом монополіста — «Київхліб» [10].

Висновки. Для ринку хліба і хлібобулочних виробів в Україні характерна висока конкуренція і велика кількість підприємств-виробників. Виробники хлібобулочних виробів пропонують широкий асортимент продукції з різними смаковими властивостями, поживною цінністю, вагою, а також постійно поповнюють його новими зразками. Попит на хлібобулочну продукцію є стабільним, але постійно скорочуються обсяги промислового виробництва. Із посиленням кризової ситуації в країні загострюється проблема забезпечення вітчизняних підприємств борошном з відповідними хлібопекарськими властивостями за доступною ціною. Тому в сучасних умовах потрібно здійснювати дослідження реального платоспроможного попиту населення на хлібопекарську продукцію для забезпечення відповідної пропозиції з боку підприємств-виробників. А також необхідно оптимізувати процес забезпечення діяльності хлібопекарських підприємств необхідними ресурсами за прийнятними цінами та удосконалювати цінову політику, яка враховуватиме інтереси споживачів і виробників продукції.

Література

1. Костецька Н.І. Ринок хліба і хлібобулочних виробів України: стан і перспективи розвитку / Н.І. Костецька // Галицький економічний вісник. — 2015. — Т. 48. — № 1. — С. 26—31
2. Ладико І.Ю. Аналіз стану підприємств хлібопекарської промисловості України. [Електронний ресурс] / І.Ю. Ладико, М.Л. Ладико Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/SocGum/Emp/2011_23_1/03Lad
3. Мазаракі А. А. Товарознавство і торговельне підприємництво: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А.А. Мазаракі, Н.В. Притульська, В.А. Осика та ін. ; за ред. А.А. Мазаракі. — К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2014. — 652 с.

4. Навольська Н. В. Дослідження ринку хліба і хлібобулочних виробів в Україні / Н. В. Навольська // Економіка та управління підприємствами. — 2016. — С. 438 — 441
5. Осика В.А. Товарознавство. Харчові продукти: навч. посіб. / Осика В.А — К.: КНТЕУ, 2013. — 100с.
6. Побережна М. П. Аналіз ринку хліба і хлібобулочних виробів України та надання пропозицій щодо покращення конкурентної позиції ПАТ “Київхліб” на досліджуваному ринку / М. П. Побережна // Наукові праці Національного університету харчових технологій. — 2016. — Т. 20, № 1. — С. 104—111. — Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua>
7. Подвірна Т.В. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Теоретичні основи товарознавства та підприємництва» для студентів денної форми навчання за напрямком підготовки: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» // Укл. к.е.н., асистент Т.В. Подвірна. — Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2017. — 200с.
8. Скопенко Н.С. Інноваційний розвиток хлібопекарської галузі України: основні напрями, проблеми, ризики [Електронний ресурс] / Н.С. Скопенко. Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2010.../14.pdf
9. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
10. Топ-10 найприбутковіших виробників хліба і макаронних виробів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://agronews.ua/node/72034>

УДК 339.138

Т.О. Іванчик, І.С. Яцишина,

студенти Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Л.П. Середницька,

науковий керівник, старший викладач Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ «ЕЛЬДОРАДО»)

Анотація. Стаття присвячена висвітленню сутності та особливостей електронної комерції як невід’ємного компонента сучасної моделі внутрішньої торгівлі. Проведено порівняльний аналіз інтернет-магазину «Ельдорадо» з його локальним відповідником на предмет більшої ефективності в сфері торгівлі технікою та електронікою.

Ключові слова: торгівля, електронна комерція, інтернет-магазин, контекстна реклама, SEO просування.

Постановка проблеми. З розвитком інтернет технологій, чимало сфер людської діяльності модернізувалися. Таким чином з’явилася електронна комерція, яка постійно набирає обертів. Щодня з’являються сотні нових інтернет-магазинів, зростає конкуренція в усіх сферах інтернет реклами, зростає ціна за покупця.

Мета статті — дослідити ефективність роботи інтернет-магазину як однієї з найпоширеніших форм електронної комерції на прикладі порівняльної характеристики мережі магазинів «Ельдорадо» з їхнім інтернет відповідником.

Стан дослідження. Особливостям розвитку електронної комерції та торгівлі в інтернет просторі загалом були присвячені праці О. В. Орлик, О. І. Шалевої,

Л. Ю. Патраманська. У статті ми розглянемо тільки найефективніші джерела залучення відвідувачів в інтернет-магазин, наочно і детально розглянемо методи, способи і важливі нюанси просування інтернет-магазину.

Виклад основного матеріалу. Пропонуємо детальніше розглянути кожне джерело залучення відвідувачів до інтернет-магазину:

1. SEO просування (англ. *search engine optimization*), або ж пошукова оптимізація інтернет-магазину — процес коригування HTML-коду, інформаційних карток товару, структури онлайн-магазину, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем (Google Search, Yahoo пошук тощо), з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів [2, с. 94]. Чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки люди зазвичай йдуть за першими посиланнями. Це дозволить залучити велику кількість потенційних покупців. Наприклад, найвищі позиції за однаковими пошуковими запитами займають інтернет магазини «Фокстрот», «Rozetka», «Comfy». «Ельдорадо» ж займає 10–15 позиції, що свідчить про недостатню пошукову оптимізацію цього магазину.

Пошукова оптимізація і просування на сьогоднішній день найефективніший метод просування інтернет магазину в порівнянні вартість і віддача у вигляді продажів.

2. Контекстна реклама

Контекстна реклама дуже ефективний метод залучення відвідувачів. У порівнянні з SEO просуванням результат можна отримувати відразу, а не через кілька місяців розкрутки. Принцип дії контекстної реклами простий: інтернет-магазин платить за кожен перехід по ключовим словом з пошукових систем або сайтів партнерів. При цьому рекламні оголошення показуються лише тим відвідувачам сайту, які в своїх пошукових запитах цікавилися продукцією, що рекламується. Це й же принцип характерний також для друкованих ЗМІ, де відповідно до змісту матеріалів чи тематики видання публікується та чи інша інформація.

3. Реклама в прайс-агрегаторах — онлайн сервісах, які дозволяють порівнювати ціни на різних інтернет-магазинах. До найавторитетніших прайс-агрегаторів України належать: hotline.ua, ava.ua, price.ua, padavi.ua. Проте реклама на них є ефективною лише в тих випадках, якщо у вас низька ціна, тоді можна отримувати наплив покупців. За ціновою політикою інтернет-магазин «Ельдорадо» посідає 4–5 місця, порівняно з магазинами «Allo», «Rozetka», «Citrus» тощо.

4. Медійна реклама або графічні оголошення — графічні банери, або відео-оголошення, які можуть привертати увагу відвідувачів своєю динамічністю. Навіть з невеликим бюджетом можна заявити про свій інтернет-магазин досить широкий аудиторії.

Форматів медійних оголошень існує безліч. Google, наприклад, пропонує наступні розміри оголошень: 120 x 600; 468 x 60; 728 x 90; 300 x 250; 160 x 600;

336 x 280. За даними блогу компанії, найефективнішими є формати 728 × 90 і 300 × 250 [6].

За допомогою графічних оголошень найкраще рекламувати:

- 1) акції;
 - 2) нові товари;
 - 3) економ пропозиції;
 - 4) важливі події або товари, на які варто звернути увагу.
5. Просування за допомоги соціальних мереж.

Не секрет що соціальні мережі увійшли в наше життя, і безліч потенційних клієнтів для інтернет-магазину проводять свій час саме в них. На жаль, питання про створення українських соціальних мереж стоїть досить гостро, оскільки на сьогодні їм буде важко конкурувати з соціальними гігантами «Facebook», «Вконтакті» й «Однокласники» (з певних політичних причин останні два ресурси є забороненими на території України).

Таргетингова (цільова) реклама працює фактично за принципом контекстної, проте замість пошукових записів, вона бере інформацію з особистих профілів користувачів [5, с. 161]. Така реклама, за звичай, є дорожчою, оскільки в соціальних мережах є більше інформації про користувача, що дає можливість налаштувати більше фільтрів показу, наприклад: стать, вік, інтереси, сімейний стан, основна мова спілкування, політичні й релігійні погляди, освіта, місце роботи. Фільтруючи такі дані, можна досить легко прорекламувати свій товар потрібній цільовій аудиторії.

«Ельдорадо» також використовує такий тип оголошень під час розробки рекламної кампанії. Саме тому, в соціальних сторінках та групах, присвячених різного роду техніці та електроніці, часто можна зустріти оголошення з товаром цього інтернет-магазину.

Окрім таргетингової реклами часто інтернет-магазини створюють свої соціальні групи або сторінки, на яких вони публікують перелік та детальний опис своїх товарів. На таких сторінках обов'язково є заклик перейти на сайт магазину та придбати їхню продукцію. «Ельдорадо» також має офіційні сторінки в «Facebook», «Google Plus» і «Youtube». Переходи з них на сайт магазину складають близько 25% від загальної місячної аудиторії [4].

Для того щоб розвивати сторінку, потрібно проводити акції, конкурси, і залучати відвідувачів до різноманітних дій, тоді буде віддача.

Досить часто підприємці задаються запитаннями: інтернет-магазин чи звичайний? Безумовно як в одного так і в іншого є чимало плюсів та мінусів. Ми розглянемо з вами основні критерії порівняння цих видів організації торгівлі:

1. Геологічна прив'язка. Звичайний магазин потребує певного простору, щоб мати можливість зберігати товари в належних умовах та якомога ефективніше їх презентувати потенційним покупцям [2, с. 95]. Також приміщення магазину може розміщуватися занадто далеко від більшості покупців, що значно зменшить кількість охочих щось придбати. Інтернет-магазин же не потребує жодного місця, окрім оренди сервера та доменного імені, проте навіть ці затрати в десятки разів менші, ніж вартість оренди чи купівлі великого приміщення. Зокрема, вартість

оренди сервера для магазину становить 7 тис. грн / рік у той час, як оренда 150 торговельних приміщень обходиться компанії в 640 млн. грн / рік [1].

2. Товарний запас. Звичайний магазин завжди повинен мати певну кількість наявної продукції, щоб покупець за бажанням мав можливість безпосередньо ознайомитися з повним асортиментом товарів. У зв'язку з цим, власник змушений регулярно закуповувати нові товари в оптових компаніях чи безпосередньо у виробників. Інтернет-торгівля не завжди вимагає створення товарних запасів. У деяких випадках він узагалі не потрібен, оскільки є можливість оперативно отримати товар у постачальників.

«Ельдорадо» працює за дещо іншою схемою: локальні магазини виконують також функції складських приміщень, що дозволяє не винаймати окремі приміщення для складів. Товар, куплений через інтернет-магазин, може бути відправлений покупцю з будь-якого магазину мережі.

3. Ціна. Вартість товарів в інтернет-магазині об'єктивно нижча, оскільки утримування такого магазину для власника дешевше, а значить і націнка на товар менша [3]. Це безсумнівно відноситься до плюсів інтернет-магазину. Додатково користувачеві доводиться витратитися на доставку, але і це не завжди, оскільки деякі магазини здійснюють доставку безкоштовно, або пункт видачі товару знаходиться безпосередньо в місті покупця. Зокрема, інтернет-магазин «Ельдорадо» практикує безкоштовні доставки, якщо сума замовлення перевищує 2000 грн [1]. Також покупці мають можливість забрати замовлення у найближчому магазині, за умови, що цей товар буде там в наявності.

4. Час, витрачений на купівлю товару. Очевидно, що до будь-якого звичайного магазину потрібно дійти, навіть якщо він розташований дуже близько від будинку. Для того щоб купувати в інтернет-магазині можна взагалі не виходити з дому. До того ж, купуючи товари в звичайному магазині, іноді доводиться стояти в черзі, особливо, якщо мова йде про покупку продуктів харчування в великому мережевому магазині. У таких магазинах можна чимало часу втратити на касі.

5. Обслуговуючий персонал. Для роботи звичайного магазину потрібні продавці-консультанти, водії, кур'єри, вантажники тощо. Зрозуміло, що і в інтернет-магазині теж повинен бути персонал, але його може бути значно менше, ніж в звичайному, а значить і витрати на оплату праці нижче. Наприклад, за 2015–2016 рр. співробітникам «Ельдорадо» виплатили зарплатню на суму в 108 млн. грн. Консультантам же його електронного відповідника виплатили за цей час 15,5 млн. грн [1].

Висновки. Отже, електронна комерція останнім часом набуває все більшого розвитку. Інтернет-магазини здатні створити серйозну конкуренцію звичайним локальним магазинам, проте найефективнішим наразі є використання цих двох різновидів торгівлі у тандемі, оскільки зручність інтернет-магазину чудово поєднується з презентабельністю звичайного магазину. В ході порівняльного аналізу ми з'ясували, що інтернет-магазин «Ельдорадо» не використовує повною мірою можливості електронної комерції та потребує певних допрацювань. Натомість власники мережі «Ельдорадо» домоглися ефективного поєднання локальної та мережевої торгівлі.

Література

1. «Ельдорадо» — інтернет-магазин техніки [Електронний ресурс]; [Офіційний сайт]. — Режим доступу: <https://eldorado.ua/>
2. Орлик О. В. Електронна комерція: принципи, види та перспективи розвитку в Україні / [О. В. Орлик, С. В. Стрілець] // Інформатика та інформаційні технології : студ. наук. конф., 20 квітня 2015р. : матер. конф. — Одеса : ОНЕУ. — С. 92—95.
3. Патраманська Л. Ю. Електронна комерція: переваги та недоліки / Л. Ю. Патраманська [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. — №11. — 2015. — Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/32.pdf
4. «Рамблер — ТОП 100» — рейтинг сайтів [Рейтинг сайтів групи «Rambler»]; [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://top100.rambler.ru/>
5. Шалева О. І. Електронна комерція. Навч. посіб. / О. І. Шалева — К. : Центр учбової літератури, 2011. — 216 с.
6. Google AdWords [рекламний онлайн-сервіс]; [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://adwords.google.com>

УДК 339.138

Т.О. Іванчик,

студент Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Л.П. Середницька,

науковий керівник, старший викладач Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація. В роботі визначався поточний стан виставкової діяльності в Україні та окреслювалися фактори, які впливають на організацію торговельних виставок. У результаті аналізу отриманих статистичних даних обрано оптимальні рекомендації, що дозволяють підвищити ефективність проведення виставкової діяльності на українському ринку.

Ключові слова: виставкова діяльність, Виставкова Федерація України, торгівля, ринок України, торговельні ярмарки, Національна стратегія розвитку виставкової справи.

Постановка проблеми. Виставкова діяльність як один з багатьох елементів економіки України, має важливе значення для розвитку держави. Організація різноманітних локальних та міжнародних виставок сприяє закріпленню внутрішньо- та зовнішньоекономічних і торговельних зв'язків, дозволяє знайти нові ринки збуту, покращує дипломатичні стосунки між країнами-партнерами, а також пропагує застосування інноваційних технологій для просування різноманітних видів продукції, нових товарів і послуг. Це, в свою чергу, дозволяє активізувати фінансові потоки та сформувати єдине інформаційне середовище, що змогло б наочно презентувати поточний стан та актуальні тенденції розвитку важливих галузей.

Мета статті — дослідити поточний стан виставкової діяльності та розробити можливі рекомендації, що дозволять підвищити ефективність проведення торговельних виставок.

Об'єкт дослідження — виставкова діяльність як невід'ємний сегмент внутрішньої економіки України.

Предмет дослідження — поточний стан та основні проблеми організації й проведення торговельних виставок на українському ринку.

Стан дослідження. Внутрішньоринкові процеси характеризуються високою динамічністю, зумовленою постійною необхідністю удосконалювати структуру національного ринку відповідно до актуальних міжнародних вимог. Тому виставкова діяльність як важливий сегмент внутрішньо- та зовнішньоринкових процесів також повинна постійно удосконалюватися. Задля цього необхідно постійно аналізувати рівень ефективності проведення торговельних виставок.

Особливостям розвитку виставкової діяльності в Україні присвячені праці І. Я. Антоненко, І. М. Грищенко, Д. В. Мангушев.

Виклад основного матеріалу. Станом на 01.01.2017 р. на українському ринку послуг з організації виставок і ярмарків функціонувало 119 підприємств виставкової діяльності, серед яких 98 — організатори виставок та 21 — виставкові центри. Роботу організаторів виставок і виставкових центрів забезпечували 1,7 тис. штатних працівників, серед яких 1,2 тис. мали вищу освіту [2, с. 6].

Лева частина виставкової площі (66%) припадає на Київ. За оцінками експертів, середньорічна завантаженість виставкових центрів у столиці становить близько 90%, що свідчить про великий попит на такі приміщення і виставкову діяльність загалом.

За своїм статусом загальна кількість виставкових заходів, проведених у 2016 р. в Україні, розподілилася таким чином: 14% становили міжнародні виставки, 22% — національні, 62% — міжрегіональні, 2% — регіональні [2, с. 6].

Із 236 національних виставкових заходів у 137 брали участь виключно вітчизняні підприємства, організації й установи, а в 99 — вітчизняні та іноземні суб'єкти господарювання. Переважна більшість виставкових заходів (98%) фінансувалася за допомоги комерційної діяльності. Поряд з цим 16 виставок фінансувалися з різних джерел, при цьому у фінансуванні 14 з них брали участь державні або місцеві адміністративні підрозділи.

Залежно від тематики, 43% від загальної кількості становлять галузеві виставки, 29% — багатогалузеві, 28% — до універсальні. Із щорічною періодичністю проводилося 58% заходів, сезонною — 41% [2, с. 7].

Більше третини усіх виставкових заходів (43,5%) були організовані й проведені в Києві, 7% — в Одеській області, 6% — у Харківській області, 8% — у Кіровоградській області, 5,8% — у Львівській області, 4,7% — у Запорізькій області та 4,1% — у Дніпропетровській області. В інших областях частка проведених виставок становила менш як 3% [4, с. 37].

В окремих регіонах України, а саме у Волинській, Івано-Франківській, Тернопільській, Рівненській та Черкаській областях, у 2016 році виставки взагалі не були зареєстровані.

З огляду на відображені данні, можна дійти висновку, що організацією і проведенням виставкових заходів на різних територіях України займаються по-різному. Найвищу активність з приводу організації та проведення виставкових заходів і торговельних ярмарків демонструють великі міста України, зокрема, ми можемо спостерігати велику кількість виставок у Києві. Переважна кількість регіонів не активно займаються виставковою діяльністю або ж не займаються нею взагалі. На цих територіях проведенням виставок займаються переважно місцеві торгово-промислові організації й незначні приватні підприємства.

Досить важливою для розвитку виставкової діяльності в Україні є Виставкова Федерація України (ВФУ), створена в 1997 році. На жаль, досі це єдина громадська організація в Україні, що складається з більш, як 60 провідних організаторів виставок, виставкових центрів і спеціалізованих компаній. Спектр діяльності ВФУ досить обширний. Вона постійно впроваджує заходи задля популяризації виставкової діяльності в Україні, захищає права членів Федерації на державному рівні, відстоює їхні соціальні, економічні й творчі інтереси. Не менш вагомим є те, що ВФУ — дійсний член Всесвітньої асоціації виставкової індустрії (UFI), що підняло український виставковий бізнес на новий міжнародний рівень і відкрило йому доступ до передових методик та інструментів світового виставкового ринку [5].

На сьогодні, виставкова діяльність в Україні знаходиться на досить низькому рівні, оскільки існує низка невирішених питань.

Значна кількість неточностей та помилок у законодавчо-нормативній базі. Зокрема, досі відсутні законодавчі або нормативні документи, які б містили визначення таких основних понять, як: «виставкова діяльність», «виставково-ярмаркова діяльність» або «діяльність з організації виставок та ярмарків»; «виставкові послуги» або «послуги з організації виставок і ярмарків»; «виставкові заходи» тощо. Така несформованість понятійного апарату виставкової діяльності негативно впливає на її розвиток. Щоб виправити цю ситуацію необхідно розробити національні стандарти щодо основних галузевих термінів та понять [3, с. 114].

Високий рівень неврегульованої конкуренції та значний вплив на ринки збуту з боку підприємств-монополістів, що не дозволяє розвиватися малому бізнесу, перешкоджає учасникам та відвідувачам виставок здійснити виважений вибір, ускладнює дослідження ринку та ускладнює вихід на ринок нових різновидів продукції. Це є наслідком відсутності достовірної і повної інформації про виставково-ярмаркову діяльність.

Дупляк Т. П. переконана, що задля вирішення цієї проблеми вкрай необхідно Державною службою статистики України запровадити відповідне державне статистичне спостереження за формою №1 — виставки «Звіт про виставкову діяльність». Проте воно не охоплює такі фінансово-економічні показники, як: дохід (виручка) від реалізації виставкових послуг; витрати, пов'язані із наданням виставкових послуг, платежі до бюджету [1, с. 76]. Відсутність відповідних вартісних показників унеможливорює проведення детального і точного аналізу ефективності діяльності з організації виставок та ярмарків, оцінки внеску

виставкової діяльності в розвиток національної економіки і переваг для потенційних інвесторів, визначення ступеня інтенсивності конкуренції на ринку. У зв'язку з цим, на думку Антоненко І. Я., форму статистичного спостереження за виставковою діяльністю необхідно доповнити розділом «Основні фінансово-економічні показники». Таким чином, як зазначає дослідниця, вдасться уніфікувати структуру форм статистичного спостереження щодо організації надання послуг з окремих видів економічної діяльності [1, с. 77].

Погане налаштування взаємодії підприємств виставкової діяльності робить їх неконкурентоздатними по відношенню до інших компаній.

Мала кількість виставкових платформ не дозволяє презентувати товари та послуги у повному обсязі. Через недостатній розвиток виставкової інфраструктури й нестачу сучасних виставкових центрів, на сьогодні, на жаль, не всі регіони мають змогу проводити виставки та ярмарки на високому рівні. Досить часто виставкові заходи проводяться у непристосованих для цього приміщеннях (спортивних або концертних залах тощо). Як наслідок, це має негативний вплив на імідж виставкової галузі економіки в Україні на внутрішніх та зовнішніх ринках. Щоб виправити цю ситуацію необхідна цільова підтримка місцевої влади, виставкові центри необхідно включити до переліку найважливіших об'єктів міської інфраструктури, місцева адміністрація має максимально сприяти та заохочувати виділення земельних ділянок під виставкові платформи. Ці заходи дозволять залучити необхідні інвестиційні та кредитні ресурси для побудови в найбільших містах України сучасних виставкових центрів.

Обладнання знаходиться на низькому технологічному рівні, що не дозволяє оптимізувати ресурси, необхідні для презентації виставкових заходів. Лише використання передових технологій дозволить зменшити витрати на проведення ярмарок і виставок.

Висновки. Отже, виставкова діяльність в Україні потребує певних змін, оскільки існує низка проблем, що роблять її малоефективною. Зокрема, необхідно підвищити рівень контролю з боку держави, змінити законодавчо-нормативну базу та покращити рівень інфраструктури. Важливим чинником оптимізації виставкового бізнесу в Україні повинна стати розробка Національної стратегії розвитку виставкової справи, цільовими орієнтирами якої необхідно визначити підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки, активізацію внутрішнього ринку, зміцнення міжнародних і міжрегіональних зв'язків, покращення міжнародного іміджу держави, стимулювання інноваційного процесу та виробничої кооперації.

Література

1. Антоненко І. Я. Виставкова діяльність в Україні: стан, проблеми та шляхи їх розв'язання / [І. Я. Антоненко, Т. П. Дупляк] // Економічний часопис — XXI. — 2013. — № 11—12 (1). — С. 74—78
2. Виставкова діяльність в Україні: статистичний бюлетень ; за ред. І. В. Калачової. — Київ : Державна служба статистики України, 2013. — 52 с.

3. Грищенко І.М. Ринкові аспекти виставкової діяльності в Україні на сучасному етапі / [І. М. Грищенко, Н. А. Крахмальова] // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — № 9. — С. 113—119.
4. Мангушев Д. В. Сучасний стан виставково-ярмаркових заходів / Д. В. Мангушев // Ефективна економіка. — 2014. — № 3. — С. 35—39.
5. Офіційний сайт Виставкової федерації України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.expo.org.ua

О.Р. Кривицька,

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту
Національного університету «Острозька академія»

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Необхідність державного регулювання діяльності компаній зі страхування життя актуалізує те, що виникає потреба гарантії захисту страхувальника (застрахованого), оскільки цей вид страхування має накопичувальний характер та досить довгостроковий період. Забезпечення цієї гарантії можливе через певні акценти на мікрорівні — рівні самого страховика, так і важливим моментом ринкової економіки в цьому контексті має бути небайдужість і держави до цієї стратегічно важливої, з соціальної точки зору, сфери діяльності.

З еволюційної точки зору, на нашу думку, дійсно варто погодитись із тим, що вперше необхідність та роль держави у регулюванні діяльності компаній зі страхування життя визначив, хоча і непрямо, Дж. М. Кейнс, який притримувався думки, що держава повинна взяти на себе відповідальність не лише за стан виробництва, формування сукупного попиту, але й за ситуацію у сфері зайнятості, використання трудових ресурсів, регулювання доходів населення. Саме функціонування компаній зі страхування життя і є тими суб'єктами, що можна використовувати для регулювання доходів населення.

Проголошення незалежності України у 1991 році стало початком становлення економіки ринкового типу, яка характеризувалась свободою підприємництва, наявністю конкуренції, відходом на другий план державної монополії та ін. Все це вимагало неабиякої консолідації зусиль з метою організації належного рівня організації всіх процесів, що супроводжували взаємовідносини між суб'єктами економіки. Досягти цього можна було за допомогою належно організованого механізму державного регулювання, оскільки саме під ним розуміють комплекс заходів держави, спрямованих на скерування поведінки товаровиробника в напрямі, необхідному для досягнення поставлених органами державної влади цілей [1, с. 37].

Закономірним є необхідність визначення місця державного регулювання діяльності компаній зі страхування життя в системі державного регулювання економіки (рисунок 1).

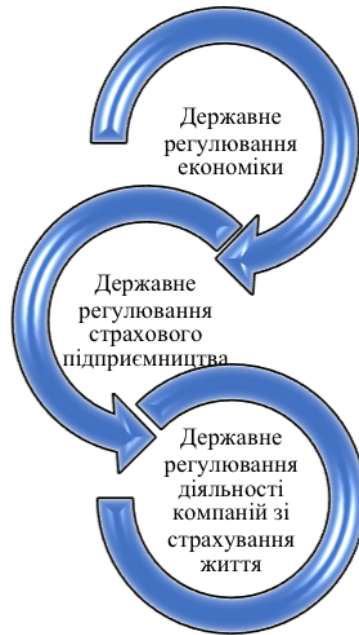


Рис. 1. Місце державного регулювання діяльності компаній зі страхування життя в системі державного регулювання економіки [2, с. 86].

Використовуючи рисунок 1 та підтримуючи думку Яворської Т. В., що «... державне регулювання страхової діяльності як структурний елемент державного регулювання економіки, здійснюється для впорядкування дій його суб'єктів, забезпечення виконання законів, відстоювання державних та суспільних інтересів» [3], доречним було б зазначити так: «Державне регулювання діяльності компаній зі страхування життя, як складова державного регулювання страхової діяльності є структурним елементом державного регулювання економіки, здійснюється для впорядкування дій його суб'єктів, забезпечення виконання законів, відстоювання державних та суспільних інтересів». В цьому аспекті зберігатиметься вертикаль «знизу-вверх», яка також відображала б місце компаній зі страхування життя в економіці країни.

Враховуючи те, що компанії зі страхування життя не лише вписуються в хронологічний ряд «страхове підприємництво - економіка», а й доповнюють його як базова, початкова структурна одиниця, потрібно проблематику державного регулювання їх діяльності також розглядати з врахуванням таких основних засад організації державного регулювання економіки як визначення його сутності, функцій, цілей, пріоритетів, суб'єктів та об'єктів.

Література

1. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки: [навч. посіб.] / Л. А. Швайка. — К. : Знання, 2006. — 435 с.
2. Кривицька О. Р. Державне регулювання діяльності компаній зі страхування життя в Україні // Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. — 2017. — Випуск 3 (104). — Частина 2. — С. 84–89.

3. Яворська Т. В. Понятійно-категоріальний апарат теорії державного регулювання страхового підприємництва / Т. В. Яворська. — [Електрон. ресурс]. — Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/natural/Nvuuv/Ekon/2010_29_2/statti/67.htm

О.Ю. Кулакова,

студентка Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

науковий керівник: **А.І. Калініченко,**

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри іноземної філології та перекладу
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ЗНАЧЕННЯ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ З ТУРИСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Вивчення іноземної мови в сучасному світі - це одна з найважливіших складових сучасної, успішної людини. Знання хоча б однієї іноземної мови розширює світогляд, дозволяє пізнати культуру та звичаї іншого народу. По-перше це додаткові знання, по-друге фахівця, який володіє іноземною мовою роботодавці охоче беруть на службу. Основний момент - це можливість спілкування з людьми і з іншим пластом світогляду і ментальності.

Знання іноземних мов — це ключ до успіху в сучасному світі, де спілкування іноземними мовами та обробка величезних обсягів інформації набуває все більшого значення. Інтерес до вивчення мов традиційно великий, бо перефразовуючи відомий вислів, можна сміливо сказати, що той, хто володіє мовами, володіє світом.

Так, наприклад, англійська мова — це офіційна мова міжнародного бізнесу та торгівлі, Інтернету і техніки, науки і мистецтв. 80% ділового мовного простору займає саме вона. Англійська мова використовується при заповненні анкет, складання резюме, у діловому та приватному листуванні. Володіння англійською мовою — вже не дивовижна навичка, а необхідність. Нині її навчають у дитячих садках, школах, вузах, не кажучи вже про численні курси та тренінги. А в деяких країнах навіть математика і деякі інші предмети шкільної програми викладають англійською мовою.

Соціально-економічні зміни в Україні, процеси глобалізації, інтеграції та інформатизації суспільства, наміри нашої держави щодо входження до Європейського освітнього простору зумовили необхідність розширення міждержавних відносин як на офіційному рівні, так і на рівні спілкування між людьми. Саме тому сфера туризму, яка охоплює важливі галузі розвитку суспільства, набуває державного значення. На міжнародному та урядових рівнях відбулося переосмислення ролі туризму в освітньому, культурологічному, соціально-економічному, політичному житті народів як важливої умови ознайомлення громадян різних країн з досягненнями цивілізації, світовими скарбами духовної та матеріальної культури. Туризм став невід'ємною частиною в

XXI столітті. Його внесок у економічне, соціальне та культурне життя суспільства складно переоцінити. Як наслідок інтеграції нашої держави до європейського та світового співтовариства, виникла потреба в активній полікультурній та багатомовній особистості працівника туризму, здатного адекватно вести діалог культур, спілкуватися двома і більше іноземними мовами в різних фахових ситуаціях міжкультурної комунікації. У зв'язку з цим суттєвої трансформації зазнали функції професійної діяльності менеджерів туризму. Знання іноземних мов є однією з вимог, що висувається до фахівців у галузі туризму, адже це є інструментом, необхідним для вирішення певних професійних проблем, невід'ємним компонентом професійної компетентності менеджерів туризму [2, с. 124].

Наукові дослідження свідчать, що роль та значення володіння менеджерами туризму іноземними мовами та здатність до іншомовного спілкування ще недостатньо досліджена. Проблема формування іншомовної комунікативної компетентності звертає на себе увагу у зв'язку з тим, що вільне володіння іноземною мовою є не тільки засобом спілкування, а також дозволяє здійснювати всі передбачені для спеціаліста з туризму функції у професійно-трудовій та соціально-культурній сферах спілкування.

Туризм - активна і невимущена форма спілкування між людьми. Розширення і поглиблення туристських зв'язків між країнами - важливою проблемою сучасних міжнародних відносин. Питання розвитку туризму, його політичний, економічний і культурний впливи на світове господарство та міжнародні зв'язки активно обговорюються в політичних, ділових та наукових колах.

Одним із важливих завдань сьогодення є підготовка фахівців туристичної сфери з новим економічним мисленням, різнобічними та глибокими професійними знаннями і вміннями, здатних до постійного поповнення й оновлення знань, з досконалим володінням іноземними мовами на рівні, який достатній для здійснення якісного професійного іншомовного спілкування. Іноземна мова для менеджера сфери туризму — це один із інструментів, який допомагає не тільки діяти, переконувати, приймати рішення, а й створювати сприятливу ділову атмосферу, розуміти культуру представника іншої країни та менталітет його народу. Здатність якісно здійснювати професійне іншомовне спілкування значною мірою сприяє підвищенню конкурентоздатності фахівців сфери туризму на ринку праці.

Менеджер туризму не лише контролює й координує роботу інших робітників туристичної організації, організовує обслуговування на туристичних маршрутах, але й здійснює комунікативні контакти з діловими партнерами, представниками інших країн. Очевидно, що міжкультурна комунікація і взаємодія посідає чільне місце у професійній діяльності менеджера туризму.

Іноземна мова для менеджера сфери туризму — це один із інструментів, який допомагає не тільки діяти, переконувати, приймати рішення, а й створювати сприятливу ділову атмосферу, розуміти культуру представника іншої країни та менталітет його народу. Здатність якісно здійснювати професійне іншомовне спілкування значною мірою сприяє підвищенню конкурентоздатності фахівців сфери туризму на ринку праці [1, с. 243].

Професійно-туристична діяльність, пов'язана з використанням іноземної мови для вирішення різноманітних завдань охоплює: спілкування з іноземними клієнтами, налагодження контактів із туристичними агенціями за кордоном, ведення переговорів, маркетинг іноземного ринку, рекламні тури, взаємодія з авіакомпаніями, контакти з приймаючою стороною, представлення фірми на міжнародних виставках, презентаціях, конференціях тощо, ознайомлення зі спеціальною документацією: угодами, патентами, планами тощо, письмове ведення необхідної фахово-ділової документації, заповнення бланків та інших видів документів, робота з діловою кореспонденцією, читання фахової літератури та інше, що потребує високих знань іноземних мов [3, с. 382].

Отже, володіння іноземними мовами менеджерами туризму значно посилюється. Адже, тільки той фахівець, який володіє принаймні однією іноземною мовою, має сформовані навички міжкультурного спілкування та володіє навичками іншомовної компетентності зможе адаптуватися до полікультурного середовища й реалізувати свій професійний та особистісний потенціал. Основним завданням фахівців є не лише забезпечувати комфортний відпочинок своїх клієнтів, а й, володіючи належними особистісними і професійними якостями, успішно вирішувати різноманітні професійні завдання і потреби користувачів туристичних послуг. Тому фактор володіння іноземними мовами менеджерів туризму є одним із головних після спеціальних знань.

Література

1. Гринько С. А. Ринок підготовки туристичних кадрів: реалії та перспективи розвитку / С. А. Гринько. — Слобожанський науковий вісник: збірка наукових праць — 2006. — №10 — С. 243.
2. Квартальнов В. О. Менеджмент туризму. Туризм як вид діяльності / В. О. Квартальнов. — М.: Фінанси і статистика, 2002. — 228 с.
3. Лозовецька В.Т. Формування професійної компетентності фахівця сфери послуг і туризму: навч. — метод. посібник / В. Т. Лозовецька. — К.: 2010. — 382 с.

О.Ю. Кулакова,

студентка Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

науковий керівник: **О.П. Недбалюк,**

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

МЕТОДИ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Анотація. У статті розглянуто методи планування діяльності підприємства, основні тенденції розвитку сучасного планування на підприємстві, а саме: необхідність врахування інтересів соціально-економічних суб'єктів окрім менеджменту та власників підприємства, високий рівень невизначеності та динаміки середовища, в якому працюють українські підприємства, а також необхідність удосконалення процесів планування в організації.

Ключові слова: методи планування, методологія планування, планування, соціально-економічний суб'єкт, динамічність зовнішнього середовища.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день одним із основних завдань економічної науки є створення методів управління діяльністю підприємств. Важливість цього питання полягає в тому, що від його вирішення залежить ефективність функціонування підприємств та їхня конкурентоспроможність.

У теперішніх ринкових умовах основним методом управління діяльністю підприємств вважається «функціональний підхід». Це зумовлено тим, що управління трактується як послідовне виконання таких функцій: планування, організування, мотивування, контролювання і регулювання. Така послідовність логічна й доречна, коли розглядається окремий проект.

Наявність ефективної системи планування є однією з передумов успішного розвитку організації. Формування якісної системи планування можливе із врахуванням сучасних економічних процесів і тенденцій, які відбуваються на підприємствах та в економіці загалом.

Стан дослідження. У науковій літературі вже достатньо інформації щодо дослідження методів планування діяльності підприємства та визначення методології процесу планування. Ці питання докладно описані в наукових статтях, монографіях і підручниках вчених Орлова О.О. [1], Петрович Й.М. [2], Нелепи В.М. [3], Марцина В.С. [4], Покропивного С.Ф. [5], Шегди А.В. [6], Бухалкова М.І. [7]. Відповідно, виокремлення сучасних тенденцій розвитку економічних процесів дасть змогу сформулювати рекомендації щодо вдосконалення процесу планування на підприємстві, вдосконалення теоретичних і методичних підходів до планування діяльності підприємства та розкриття суті нових методів планування, що відповідають вимогам сучасного бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Під час розгляду теорії, методів та інструментів, що описані у сучасній економічній літературі з точки зору їх

реалізації, при розробці планів можна поділити на дві групи. Перша група — це теорії, методи, які дозволяють пізнати сутність ринкових відносин, складну взаємодію складових її елементів. Ці методи дають можливість зрозуміти, як ринок стихійно, поза залежністю від нашої свідомості, формує попит, пропозицію, ціни та інше. Це допомагає підприємцям приймати усвідомлені рішення в унікальних неповторюваних умовах і обставинах. Причому рішення приймаються переважно швидше на інтуїтивному рівні, ніж на формальному, що піддається точним розрахункам.

Друга група — це теорії, методи й інструменти, які дозволяють використовувати їх у так званому формальному плануванні, базованому на досить точних розрахунках для прийняття управлінських рішень.

Тим часом в економічній літературі не акцентується увага на цих відмінностях та вся сукупність наявних методів і інструментів рекомендується до безпосереднього формального планування, для прийняття конкретних управлінських рішень. Проведений аналіз ряду методів і інструментів, що рекомендується до застосування у сучасній економіці, виявив, що багато з них мають досить обмежений характер застосування, а їх використання без урахування цих обставин може призвести до одержання недостовірної інформації і, відповідно, прийняття необґрунтованих рішень.

Дослідження свідчать, що план — це не просто набір цифр, продиктований суб'єктивними побажаннями того чи іншого керівника чи плановика, а планування — це наука, яка не терпить суб'єктивізму, необґрунтованих рішень. Методична сторона науки включає поняття „методологія”, „методика” та „метод”.

Під методологією планування слід розуміти багатогранну сукупність різноманітних прийомів, під методикою планування слід розуміти конкретизацію методу у формі інструкцій, правил дій, чіткого опису способів існування. Український вчений професор Орлов О.О. вважає, що методика планування характеризує склад застосовуваних на тому чи іншому підприємстві методів, способів, прийомів обґрунтування окремих показників, а також зміст, форму, структуру і порядок розробки плану [1, с. 12].

Методика планування — це набір методів, прийомів і способів на підприємстві, за допомогою яких воно обґрунтовує розроблені планові показники й узгоджує зміст і структуру свого плану.

Під методом планування розуміють конкретний спосіб, технічний прийом, за допомогою якого вирішується яка-небудь проблема планування, розраховуються числові значення показників пропозицій, стратегічних програм і планів.

Методи планування повинні відповідати зовнішнім умовам господарювання, особливостям різних станів процесу становлення та розвитку ринкових відносин: врахувати специфіку діяльності об'єктів планування та різноманітних засобів і шляхів досягнення основної підприємницької мети — збільшення прибутку. Вчений Бухалков М.І. підкреслює, що методика планування характеризує склад застосовуваних тим чи іншим підприємством методів, способів, прийомів обґрунтування конкретних планових показників, а також структуру і порядок розробки плану [8, с. 13]. Методика планування, на думку вченого Нелепа В.М., —

це сукупність методів, прийомів розробки, обґрунтування й аналізу прогнозів, стратегічних програм і планів усіх рівнів і часових горизонтів, системи розрахунків планових показників, їх взаємного узгодження [3, с. 21].

Серйозні підприємства мають в своєму розпорядженні велику сукупність методів планування. Так, ресурсний метод планування ґрунтується на врахуванні ринкових умов господарювання та ресурсів, що є у розпорядженні підприємства. Даний метод може застосовуватись при монопольному становищі підприємства на ринку або при слабо розвинутій конкуренції. Цільовий метод планування використовується підприємствами в умовах сильної конкурентної боротьби. Адже за цих умов потреби ринку та попит на продукцію стають вихідною позицією діяльності підприємства, початковим моментом планування.

При розв'язанні добре структурованих проблем, що мають більш-менш чіткі кількісні характеристики, використовують методи екстраполяції та інтерполяції. Ці методи використовуються або при сильному та стабільному становищі підприємства на ринку, або при монопольному становищі, коли відсутні загрози з боку конкурентів і підприємство впевнене в тому, що розвиток в майбутньому здійснюватиметься із збереженням тенденцій, які склались у минулому.

При методі екстраполяції проміжні та кінцеві (на кінець планового періоду) значення планових показників визначаються на основі динаміки цих показників у минулому, припускаючи, що темпи і пропорції, досягнуті на момент розроблення плану, будуть збережені у майбутньому. Принципово протилежним є інтерполяційний метод, за допомогою якого підприємство встановлює ціль для досягнення в майбутньому і, виходячи, з неї визначає тривалість планового періоду та проміжні планові показники. Тобто, на відміну від наступального руху при екстраполяції інтерполяційний метод передбачає зворотний рух — від встановленої мети та відповідного кінцевого значення планових показників із обчисленням проміжних величин [7, с. 110—112].

Залежно від рівня структуризації планових проблем і ринкової позиції підприємства застосовують різні принципи визначення кінцевого і проміжних значень планових показників. При вирішенні неструктурованих і слабо структурованих проблем використовують експертні (оцінні) чи евристичні методи. Вони ґрунтуються на використанні непрямої і неповної інформації, досвіду спеціалістів—експертів.

Найбільш точним і поширеним є нормативний метод планування, сутність якого полягає в тому, що планові показники розраховуються на основі прогресивних норм використання ресурсів із урахуванням їх змін у результаті впровадження організаційно-технічних заходів у плановому періоді. Звичайно, застосування цього методу на підприємстві вимагає створення відповідної нормативної бази. В сучасних умовах господарювання підприємства самостійно розробляють нормативну базу відповідно до умов, що склались. Зважаючи на те, що норми і нормативи — величини динамічні, нормативний метод планування повинен передбачати розрахунок відповідних показників за нормами на початок планового періоду з наступною зміною норм від впровадження організаційно-

технічних заходів і формування на основі планових норм відповідних показників плану.

У процесі планування керівництво розробляє загальні цілі розвитку підприємства — стратегії діяльності, в якій визначаються місія підприємства, основні довготермінові цілі і завдання, генеральна програма дій, а також розподіл пріоритетів і ресурсів для досягнення глобальних цілей.

Основним недоліком планів є їх одноваріантність. Тому дедалі більшого поширення на підприємствах набуває розрахунково-конструктивний метод (метод варіантів). Складовими етапами його є: розробка найдоцільніших варіантів рішень поставленого питання з урахуванням досягнень науки і практики; технічна, технологічна, екологічна та економічна оцінка одержаних варіантів із виявленням найбільш раціонального і широким його обговоренням; розробка заходів, спрямованих на освоєння проекту. Варіантний метод планування досить трудомісткий, тому для скорочення витрат праці й коштів застосовують графіко-аналітичні прийоми граничних витрат; максимум прибутку; максимум прибутку на одну гривню інвестованого капіталу; максимум швидкості обороту капіталу; мінімум фінансових витрат, тобто мінімум фінансового ризику; інші критерії.

Визначення засобів і шляхів досягнення поставлених цілей керівництво конкретизує в оперативних планах. Оперативні плани — детальні плани, присвячені вирішенню конкретних питань діяльності за допомогою відповідних засобів, методів, прийомів у короткостроковому періоді, мають вузьку спрямованість, високий ступінь деталізації і характеризуються значною різноманітністю прийомів і методів.

Однією із ключових тенденцій у плануванні діяльності підприємства є врахування інтересів груп економічного впливу. Варто зазначити, що актуальність цієї тенденції обґрунтовано в [3]. Окрім врахування інтересів груп економічного впливу, в останні роки теорія управління діяльності підприємства, була розвинута набором досліджень, які свідчать про необхідність врахування низку тенденцій у розробленні системи планування в організації.

Іншим фактором, який вплинув на модифікацію методів планування є невизначеність. Рівень невизначеності призвів до необхідності модифікації деяких підходів до планування, які передусім стосувалися особливостей здійснення планування в динамічному середовищі, особливостей стратегічного планування, особливостей прогнозування та особливостей застосування формальних і неформальних методів планування і прогнозування.

Зокрема, світова фінансова криза показала, що значною проблемою багатьох підприємств є відсутність програми дій у разі настання саме екстремальних (крайніх) подій, оскільки вважалося, що вони ніколи не настануть в реальному житті. Для підвищення ефективності планування на підприємстві пропонується розробка програми дій, яка буде застосовуватися при виникненні найбільш екстремальних ситуацій.

Останнім етапом планування діяльності підприємства є контроль за досягненням поставлених цілей шляхом зіставлення планових показників з фактичними. Система контролю на підприємстві необхідна, за допомогою неї

здійснюватися постійний моніторинг виконання основних показників діяльності підприємства. Вона повинна реагувати на негативні відхилення цих показників і оперативно надавати інформацію керівництву, яке за допомогою різних засобів та інструментів негайно вплине на ситуацію, що склалась.

Підсумовуючи вищевикладене, технологія планування в умовах ринку повинна відповідати таким вимогам: по-перше, для нинішнього перехідного періоду ключовою проблемою планування є адаптація. Методи і механізми розробки планів повинні, з одного боку, враховувати багаторічний досвід планової роботи, а з іншого, — бути націлені на дедалі більшу відповідність вимогам ринку; по-друге, варто планувати діяльність відповідно до умов ринкового середовища, що змінюються. Це означає, що методи планування повинні постійно переглядатися; по-третє, необхідно врахувати, що дієвість планування залежить від відповідності плану реальним умовам.

Висновки. Отже, запропоновано рекомендації щодо удосконалення процесів планування на підприємстві на основі врахування ключових сучасних тенденцій, які відбуваються в середині підприємства та в його оточенні.

У сучасних умовах господарювання існує широкий спектр методів планування. Тому будь-яке підприємство може вибрати серед цього переліку необхідні методи планування і використовувати їх для розрахунку планових показників. Сучасне планування спрямоване на оптимальне використання можливостей підприємства, у тому числі найкраще використання всіх видів ресурсів і запобігання помилкових дій, що можуть призвести до зниження ефективності його діяльності. Планування є однією з підсистем управління, що виконує головну роль у забезпеченні рівноваги даної системи.

Література

1. Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства. підручник / О.О. Орлов. — К.: Скарби, 2012. — 336 с.
2. Петрович Й.М. Економіка виробничого підприємства навч. посібник для студ. вузів / [за ред. Й.М. Петрович; 2-ге вид., перероб. і доп.] — Київ, 2014. — 526 с.
3. Нелеп В.М. Планування на аграрному підприємстві : підручник / В.М. Нелеп. — К.: КНЕУ, 2005. — 372 с.
4. Марцин В.С. Економіка торгівлі [Електронний ресурс] — Режим доступу: [// zhitomironline.org.ua/](http://zhitomironline.org.ua/)
5. Економіка підприємства: навч. посібник / [А.В. Шегда та ін. ; за ред. А.В. Шегди]. — Київ. Нац.унт ім. Т.Г.Шевченка. — К.: Знання, 2001. — 335 с.
6. Парсяк В.Н. Планування господарської діяльності малих та середніх підприємств/ В.Н. Парсяк, М.Б. Журавльова. — К., 2013. — 191 с.
7. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства [Електронний ресурс] — Режим доступу: knigi.tr200.ru/
8. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: учебник / М.И. Бухалков. — [2-е изд., испр. и доп.]. — М.: ИНФРА, 2015. — 400 с.

О.М. Лозовський,

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Н.Є. Стахова,

студентка факультету економіки, менеджменту та права
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

На сьогоднішній день одним з актуальних завдань українських підприємств є оперативність управління. Організація не зможе досягти успіху на ринку, бути конкурентоспроможною без належного інформаційного забезпечення власної діяльності. Саме тому головною складовою успіху підприємства є доступ до повної, достовірної, актуальної та своєчасної інформації, за допомогою якої в подальшому виникне можливість точного визначення оптимальної стратегії розвитку фірми в умовах нестабільного конкурентного середовища.

Над питанням формування інформаційної системи, її організації та оптимізації займаються такі вітчизняні та зарубіжні науковці: Р.Ф. Абдєєв, В.Д. Андрєєв, Босак І.П., Денисенко М.П., Л. Бріллоєн, Е.К. Гільде, В.В. Годін, К. Друрі, В.І. Ісаков, Р. Ентоні, О.В. Карпенко, І.К. Корнєєва, М.С. Пушкар, М.Є. Рогоза, М.Я. Розенберг, В.І. Ткач, В.А. Шевчук, Д. Хан, А. Яругова та інші.

Інформаційне забезпечення процесу управління підприємством - це складний механізм узгодження інформаційних ресурсів і способів їх організації, за допомогою яких керівництво отримує необхідні дані для прийняття відповідних управлінських рішень щодо подальшої діяльності підприємства [4].

Інформаційне забезпечення поширює інформацію для користувачів, необхідну для вирішення управлінських, науково-виробничих та інших питань, що виникають у процесі діяльності. Зміст кожної конкретної інформації визначається потребами управлінських ланок і процесами управління для прийняття обґрунтованих раціональних рішень.

Як стратегічний засіб управління фірмою, впровадження новітніх інформаційних систем сприяє [4]:

- отриманню більш раціональних варіантів рішення управлінських задач за рахунок впровадження математичних методів та інтелектуальних систем;
- скороченню робітників за рахунок автоматизації робіт;
- забезпеченню достовірності інформації;
- заміні паперових носіїв даних на магнітні диски, що сприяє більш раціональній організації переробки інформації на комп'ютері та зниженню обсягів документів на папері;
- удосконаленню структури потоків інформації та системи діловодства в фірмі;
- зменшенню витрат на виробництво товарів та послуг;
- наданню споживачам унікальних послуг;

- пошуку нових ринкових ніш;
- прихильності до фірми покупців та постачальників за рахунок надання їм різних знижок та послуг.

На сьогодні успіх вітчизняних підприємств залежить від розвиненості інформаційної бази та досконалої економічної інформації, яка призначена для створення оптимальних умов ефективного функціонування підприємства та його діяльності загалом.

Система інформаційного забезпечення включає в себе отримання інформації, її обробку, накопичення, зберігання, аналіз та передачу апарату управління для прийняття рішень. Проте, на отримання ефективного результату від прийнятого рішення впливають наступні фактори [2]:

- якість, достовірність та оперативність отримання спрямованої інформації;
- процеси передачі інформації (комп'ютерне та програмне забезпечення, наявність мережі Інтернет, правильна та ефективна схема документообігу, тощо);
- посередники інформації, які знаходяться між постачальником та одержувачем;
- знання, досвід та кваліфікація працівників апарату управління;
- зовнішні ринкові фактори, тощо.

Тому доцільно вважати, що однієї інформації недостатньо. Лише коли інформація перетворюється і обробляється, тобто виникають комунікаційні зв'язки, тоді забезпечується існування та ефективна діяльність організації.

Комунікації в організації — це інформаційні взаємодії, в які люди вступають при виконанні своїх функціональних обов'язків, або посадових інструкцій [3]. Інформація ж виникає, існує і передається завдяки комунікації. Ефективність обміну інформацією досягається тільки в тому випадку, коли одна сторона передає інформацію, а інша - правильно її сприймає.

Інколи, отримана інформація має дещо інший сенс, ніж той, що мав на увазі відправник. Можлива зміна пов'язана з наявністю в процесі комунікації «шуму». «Шум» — це будь-яке втручання в процес комунікації на будь-якому з його ділянок, які спотворюють зміст послання [3].

У зв'язку з спотворенням інформації ефективність виробництва може бути істотно знижена. Для значного підвищення ефективності обміну управлінською інформацією та правильності інтерпретації повідомлення, застосовують зворотний зв'язок, що дозволяє придушувати «шум».

Комунікаційний процес зі зворотнім зв'язком має вигляд (рис. 1):

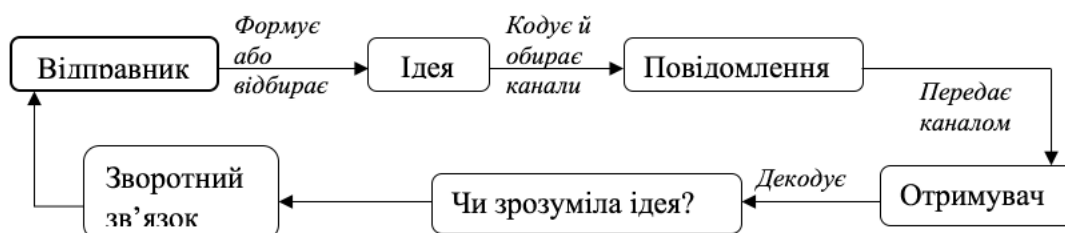


Рисунок 1. Етапи процесу комунікації зі зворотнім зв'язком

Для підвищення ефективності комунікаційних процесів на підприємствах виділяють наступні умови [5]:

- використання графічних засобів, які ефективно впливають на засвоєння інформації;
- подання інформації у формі, яка викликатиме позитивні емоції й інтерес;
- навчити слухати й передавати інформацію учасників комунікативного процесу;
- навчитися «читати» людей за їхніми невербальними сигналами (виразом очей, мімікою, жестами, інтонацією);
- вдосконалити зворотній зв'язок, побудову систем зворотного зв'язку та збору пропозицій;
- забезпечувати достатнім обсягом інформації підлеглих.

Хоча комунікації мають величезне значення для успіху організацій, проведені опитування наглядно свідчать про те, що 73% американських, 63% англійських і 85% японських керівників вважають комунікації головною перешкодою на шляху досягнення ефективної роботи організації на ринку [3].

Для ефективної роботи всього підприємства формується і використовується інформаційна система, що базується на технологіях Інтернет. Її користувачі з легкістю накопичують і оновлюють інформацію, дають можливість доступу до неї всім співробітникам компанії. З використанням засобів комп'ютерних мереж, можна отримувати нову або оновлену інформацію з будь-якої точки світу, буквально через кілька секунд після публікації цієї інформації на Web-сервісі.

Правильно спроектована і встановлена мережа дозволить підвищити ефективність, продуктивність та прибутковість будь-якої організації. Тому можна виділити такі переваги комп'ютерних мереж [1]:

- інтеграція, гнучкість спільного використання ресурсів;
- можливість безперебійного оновлення інформації;
- зменшення вартості володіння обладнанням;
- гнучке використання обчислювальної потужності комп'ютерів;
- управління безпекою.

Отже, налагоджена інформаційна система забезпечить ефективне виконання окреслених завдань апарату управління. За наявності доступу до актуальної, достовірної інформації та можливості її обробки можна створити конкурентні переваги, які неможливо купити і досить важко скопіювати. Не варто забувати про те, що формування стратегії управління, розробка і вибір управлінських рішень, організація їхнього виконання, регулювання та контроль, підбиття підсумків є похідними здобутої інформації і разом з тим основою нової інформації щодо визначення подальшого розвитку організації в ринковому середовищі.

Література

1. Барчак І.В. Адміністрування комп'ютерних мереж підприємств в умовах жорсткої конкурентної боротьби / І.В. Барчак. — Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. — 2016. — С. 775—780.

2. Дмитрук А.М. Удосконалення процесу інформаційного забезпечення як інструменту ефективного управління підприємством/ А.М. Дмитрук. — Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. — 2016. — С. 90—96.
3. Кучеренко Д.О. Інформація як частина комунікаційного процесу в управлінні підприємством/ Д.О. Кучеренко, В.В. Боковець. — Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. — 2016. — С. 153—163.
4. Орлик О.В. Інформаційні системи як стратегічний засіб розвитку фірми [Електронний ресурс] / О.В. Орлик, О.Г. Єсіна. — Режим доступу: chromeextension://ecnphtmlgnaianjnkcmbrancdjoidceilk/content/web/viewer.html?source=extension_pdfhandler&file
5. Полеску А. Проблеми та шляхи вдосконалення комунікації як однієї з умов ефективного управління підприємствами: [Електронний ресурс] / А. Полеску. — Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/113-1171-1>

УДК 338.2

О.М. Лозовський,

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

А.А. Ковальова,

здобувач кваліфікаційно-освітнього ступеня «бакалавр»
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. У статті досліджено сутність економічних ризиків в умовах сучасного бізнес-середовища. Проаналізовано особливості управління ризиками на підприємстві та визначено їх вплив на процеси прийняття управлінських рішень. Обґрунтовано необхідність управління економічним ризиком, як елементом ефективної діяльності організації на ринку.

Ключові слова: економічний ризик, об'єкт ризику, суб'єкт ризику, процес управління ризиком.

Постановка проблеми. В умовах економічної та політичної мінливості зовнішнього середовища питання посилення ролі ризиків в управлінні організацією є досить актуальним, а тому вимагає постійної уваги.

Ризик є невід'ємною складовою прийняття будь-якого управлінського рішення в силу того, що невизначеність — неминуча характеристика умов господарювання. Ризик має місце тільки там, де може бути як мінімум два і більше можливих альтернативних результатів. У ситуації, коли можливий тільки один результат, ризику немає, оскільки альтернативи відсутні.

В результаті значного впливу ризику на життєдіяльність підприємства виникає необхідність управління ризиками. У світовій та вітчизняній спеціальній літературі поняття «управління ризиками» (ризик-менеджмент) використовується у широкому та вузькому значенні. У широкому змісті управління ризиком виступає мистецтвом і наукою, що спрямовані на забезпечення умов успішного функціонування будь-якої виробничо-господарської одиниці в умовах ризику; у

вужькому — являє собою процес розробки й впровадження програми зменшення будь-яких, випадково виникаючих, збитків фірми. Так, основна мета управління економічними ризиками — їх мінімізація шляхом уникнення або часткового зниження розміру можливих матеріальних втрат.

Стан дослідження. Значний вклад у дослідження проблематики ризику зробили такі вітчизняні вчені як Балджи М. Д., Посохов І. М., Стешенко О. Д., Швирьова Є. О., Лясковський О. В., Шутов Є. П., Михайлик А. С., Коновалова О. О., Тарасова К. І., Іванов В. Л., Ніколаєв І. В.

Метою даного дослідження є визначення основних аспектів системи управління економічним ризиком.

Виклад основного матеріалу. Сучасна вітчизняна економічна система характеризується надзвичайно високим ступенем уразливості кожної її окремої ланки до різноманітних ризиків, що відображає відсутність певного рівня економічної захищеності. В нестабільних економічних умовах роль ризику суттєво зростає. Сьогодні для України дана проблема є досить актуальною, так як нестабільна економічна ситуація призвела до збільшення кількості збиткових підприємств.

Велика кількість управлінських рішень приймається в умовах мінливості, нестабільності та економічного ризику. З метою зміцнення ринкових позицій підприємства повинні вміти правильно оцінювати, управляти та лімітувати ризик. Так, при ухваленні тих чи інших управлінських рішень необхідно своєчасно брати до уваги фактори ризику та організовувати кваліфікований процес управління ризиковою ситуацією шляхом адаптації функціонування підприємства у невизначених умовах зовнішнього та внутрішнього середовища [5, с. 139].

Економічний ризик являє собою об'єктивно-суб'єктивною категорією вирішення невизначеності та двоякості в процесі неминучого вибору, що показує міру досягнення передбачуваного результату з урахуванням постійних і змінних факторів та визначає етапи процесу ухвалення ефективно обґрунтованого управлінського рішення.

Виходячи з вищесказаного, визначимо об'єкт і суб'єкт ризику. Об'єкт ризику є економічною системою, якій точно невідомі умови діяльності й ефективність результатів. Суб'єкт ризику — людина або група людей, які зацікавлені в підсумковому результаті управління об'єктом та ті, що мають повноваження приймати рішення щодо визначеного об'єкта.

Сучасна ризикологія розглядає ризик не тільки як небажане джерело невизначеності подій в майбутньому, а й як ресурс позитивних і прибуткових можливостей, тобто відокремлює два різновиди ризиків: ризик-негатив і ризик-позитив. Від першого потрібно ухилятися, а на другий зважено погоджуватись, так як він є джерелом потенційно позитивного результату. Іноді ризик розглядають у вигляді тривимірної моделі: ризик як шанс, ризик як невизначеність, ризик як загроза. У першому випадку він потребує оптимізації, а в двох останніх — мінімізації.

В процесі дослідження природи ризику розглядають наступні його сторони (рис. 1):



Рис. 1. Сторони ризику

Розроблено автором на основі [6, с. 15].

Суб'єктивна сторона (сутність ризику) позначає те, що будь-який менеджер неоднаково сприймає одну й ту саму величину економічного ризику в силу розходження моральних, психологічних особливостей, ідеологічних переконань, орієнтації, принципів;

Об'єктивна сторона відображає реально існуючі процеси, явища, напрямки функціонування;

Суб'єктивно-об'єктивна сторона характеризується тим, що ризик генерується процесами як суб'єктивного, так і об'єктивного характеру [6, с. 15].

Природа і трактування ризику як економічного поняття формулює його функції, котрі реалізуються в процесі діяльності підприємства. В економічній літературі виділяються наступні функції ризику: інноваційна, регулятивна, захисна та аналітична.

Інноваційна функція ризику спонукає до пошуку нестандартних управлінських рішень щодо проблем, які стоять перед керівником. Ризикові рішення і ризиковий тип управління підприємством зумовлюють більш ефективні результати виробництва, внаслідок якого виграють підприємці, споживачі та суспільство загалом.

Регулятивна функція має двоїстий характер і відображена в двох типових формах: конструктивній і деструктивній. Згідно першого типу успішна діяльність підприємства є результатом властивості ризикувати. Проте ризик може стати виявом нерозсудливості та суб'єктивізму, за умови прийняття управлінського рішення в умовах необ'єктивної та неповної інформації без відповідного врахування закономірностей розвитку досліджуваного явища. У цьому випадку ризик виступає як дестабілізуючий фактор.

Захисна функція визначається в існуванні ризику як природного явища. Тому в сучасних умовах господарювання підприємцям потрібен спеціальний захист державою, правові, економічні й політичні гарантії, що не допускають покарання і заохочують виправданий ризик.

Аналітична функція ризику пов'язана з тим, що допустимість ризику визначає необхідність вибору одного з потенційних варіантів рішення, внаслідок чого підприємець у процесі його ухвалення розглядає всі можливі альтернативи, вибираючи в існуючих умовах найбільш рентабельні (менш збиткові) і найменш ризиковані [5, с. 140].

Так як економічний ризик є невід'ємною складовою здійснення підприємницької діяльності, то, на нашу думку, буде доречно підкреслити його особливості в умовах зміни форм, способів і механізмів господарювання сучасних підприємств.

Головною особливістю нинішнього економічного ризику є його абсолютна тотальність та всеосяжність. Це пояснюється багатьма причинами, але головною є та, що науково-технічний прогрес являється стрижнем ринкових перебудов. Спрогнозувати його наслідки з цілковитою точністю неможливо, оскільки він базується на науковій невизначеності та непередбачуваності. Науково-технічний прогрес зумовлює появу новітніх технологій, видів матеріалів, що можуть реалізувати ринкову революцію. Тому інвестування коштів в неперспективні галузі економіки можуть спричинити створення потужностей з виробництва неконкурентоспроможної продукції. В іншому випадку інноваційна діяльність трансформує певну індустрію в високорентабельні підприємства та визначає розвиток сучасної економіки в цілому.

Безперечно, економічний ризик має негативні наслідки для підприємця, котрий приймає управлінське рішення. Однак повна його відсутність свідчить про серйозні недоліки в організації процесу управління підприємством. Адже будь-якого ризику для менеджера, котрий приймає рішення щодо управління соціально-економічною системою, вказує на брак стимулів некомпетентному керівництву та відсутність демократії. Варто зазначити, що для присутності економічного ризику потрібна не лише демократія, а й можливість ухвалювати одноособові рішення. Навіть в процесі прийняття рішення на цілком демократичному підґрунті кожен з членів колективного управлінського органу ухвалює одноособове рішення, голосуючи за ту чи іншу альтернативу і, як наслідок, ризикує.

Різноманітні умови господарювання та прийняття рішень відносно ризикових об'єктів, а також неоднакове відношення до ризику різних підприємців зумовлюють необхідність обміну ризиком. Потужними споживачами ризику є різноманітні страхові компанії, фірми, організації, фонди. Вони одержують ризик від багатьох суб'єктів господарювання і за певну винагороду повертають їм гарантії та компенсацію отриманого ризику [7, с. 10].

Зазвичай, управлінське рішення приймається в умовах ризику, тоді коли неможливо оцінити імовірність потенційних результатів та одержати достатньо інформації. Тому, в даних умовах менеджер повинен прийняти якісне й ефективне рішення.

Під якістю управлінських рішень варто розуміти ступінь його відповідності типу задач функціонування, які дозволяють постійно розвиватися системі управління проектами, тобто управлінські рішення забезпечують наступні фактори розвитку системи за різноманітних умов формування економічних відносин [4, с. 45].

Усі фактори, що встановлюють якість і ефективність управлінських рішень, доцільно поділити на дві групи: фактори внутрішнього та фактори зовнішнього середовища. Фактори внутрішнього середовища пов'язані з керуючою та керованою системами. Якщо управлінські рішення торкаються виробничого процесу, то необхідно враховувати такі фактори, як тривалість та якість роботи персоналу підприємства, виробничого устаткування та керівника зокрема.

Фактори зовнішнього середовища орієнтовані на об'єктивні закони суспільства та пов'язані з ухваленням і реалізацією управлінських рішень. Вони повинні мати чітке формулювання; обсяг та цінність інформації; час розробки; оргструктури управління; форми і методи господарської діяльності; методики розробки й впровадження управлінських рішень; суб'єктивність оцінки варіанта вибору рішення.

Визначення ефективності господарських рішень є доволі складним процесом. Це пов'язано, в першу чергу, з суб'єктивізмом цілей особи, що приймає рішення, та можливістю приховати їх від підлеглих. Іншою стороною є об'єктивність певних діючих факторів на особу, що приймає рішення у процесі розробки, прийняття та реалізації рішення, та відсутність постійних методик нормативного визначення і рекомендацій щодо змісту і порядку дій цієї особи, а також механізму недопущення їх нереалізації та відповідальності за вчинені дії особою, що приймає рішення [2, с. 123].

Технологія розробки, прийняття і впровадження рішень та процедур, реалізація логічних, інформаційно-пошукових, аналітичних, обчислювальних та інших операцій визначають їх чітку послідовність. Опрацьовуючи управлінські рішення, потрібно встановити порядок виконання операцій, що пов'язані із накопиченням, рухом, зберіганням, обробкою, аналізом інформації, забезпеченням нею окремих структурних підрозділів і робочих місць, а також встановити дії щодо вирішення господарських цілей та завдань.

Оптимальна технологія прийняття і впровадження управлінського рішення підприємством в умовах невизначеності та економічного ризику передбачає наступні етапи: підготовка, прийняття і реалізація. [5, с. 300].

На кожному етапі прийняття раціональних управлінських рішень існують різноманітні види ризиків, які необхідно врахувати та оптимізувати їхній рівень, що дасть змогу приймати ефективніші рішення з меншими витратами ресурсів та вищою ймовірністю їхньої реалізації.

Висновки. Таким чином, економічний ризик являє собою об'єктивно-суб'єктивною категорією вирішення невизначеності та двоякості в процесі неминучого вибору, що показує міру досягнення передбачуваного результату з урахуванням постійних і змінних факторів. Джерелом ризику є фактори (процеси, події, явища), які можуть бути спричинені невизначеністю, мінливістю та конфліктністю зовнішнього середовища.

Управлінське рішення приймається керівником в умовах економічного ризику у випадку, коли немає можливості оцінити ймовірні результати та одержати в достатній кількості інформації. Підприємству необхідно своєчасно враховувати фактори ризику на кожному етапі прийняття рішення, а також організовувати кваліфікований та ефективний процес управління ризиковим явищем, що є необхідним для забезпечення адаптації функціонування підприємства до змінних умов зовнішнього та внутрішнього середовища.

Література

1. Кондратюк О.І. Вплив ризиків на господарську діяльність підприємства / О. І. Кондратюк // Актуальні проблеми економіки. — 2013. — № 3. — С. 78–82.
2. Коцербуба Н. В. Оцінка операційних та фінансових ризиків у торгівлі / Н. В. Коцербуба // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. — 2014. — № 3 (95). — С. 123–134.
3. Левченко М. О. Фактори визначення внутрішнього та зовнішнього ризиків діяльності підприємства / М. О. Левченко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2016. — №5. — Т. 1. — С. 166–169.
4. Литвин Б. М. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / Б. М. Литвин, М. В. Стельмах. — К.: «ХайТек Прес», 2013. — 336 с.
5. Надрага В.І. Ризик як економічна категорія / В.І. Надрага // Університетські наукові записки. — 2013. — № 2. — С. 296–302.
6. Економічний ризик та методи його вимірювання: навч. Посіб. / М. Д. Балджи. — К.: Одеський національний економічний університет, 2015. — 209 с.
7. Шегда А.В. Прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності та ризику / А.В. Шегда // Теоретичні та прикладні питання економіки. — 2015. — Вип. 26. — С. 5–13.

УДК 331.108.2 (045)

О.С. Пальонко, І.І. Пилипишина,

студенти обліково-фінансового факультету

Вінницького торговельно-економічного інституту

Київського національного торговельно-економічного університету

науковий керівник: ***В.В. Покин'ючерда,***

кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку та оподаткування

Вінницького торговельно-економічного інституту

Київського національного торговельно-економічного університету

МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ: МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

Анотація. У статті досліджено основні моделі корпоративного управління, які існують в сучасній світовій практиці. Проаналізовано їх особливості, переваги та недоліки. Проведено аналіз стану системи корпоративного управління в Україні та запропоновано рекомендації щодо подальшого формування та розвитку української моделі корпоративного управління.

Ключові слова. Корпоративне управління, модель корпоративного управління, корпоративний контроль, акціонери, акціонерне товариство.

Постановка проблеми. Корпоративне управління в загальному розумінні — це система відносин, що визначає певні правила, а також процедури прийняття рішень щодо подальшої діяльності акціонерних товариств, здійснення контролю за їх функціонуванням, розподілення прав і обов'язків між органами правління товариства та його учасниками стосовно системи управління товариством. Чим вдаліше налагоджена система корпоративних відносин, тим ефективніше функціонує підприємство.

На сьогодні однією з найважливіших проблем у створенні сприятливого інвестиційного клімату в державі є побудова ефективної системи корпоративного управління. З огляду на це питання, створення такої моделі корпоративного управління та її впровадження в сучасні реалії має досить вагомe значення для подальшого розвитку економіки України в цілому.

Стан дослідження. У світовій практиці основоположниками дослідження корпоративного управління є такі зарубіжні вчені—економісти, як М. Дженсен, В. Меклінг, А. Берлі, Г. Мінз, П. Друкер та інші.

В Україні проблемі розвитку корпоративного управління також присвячено чимало наукових праць вітчизняних науковців, зокрема: В. Базилевича, Д. Баюри, О. Мендрула, В. Вергуна, О. Великої та інших.

Однак, зважаючи на те, що сьогодні в Україні не існує досконало сформованої моделі корпоративного управління, а також концепції її побудови та розвитку, виникає потреба в подальшому дослідженні проблем і перспектив розвитку системи державного корпоративного управління.

Виклад основного матеріалу. Корпоративне управління розглядає здійснення господарських операцій працівниками та управлінську діяльність менеджерів для підвищення ефективності діяльності корпорації не тільки з погляду менеджменту організації, а й в інтересах її власників. Ні для кого не є секретом, що не завжди інтереси власників та корпорації (як підприємства) збігаються, тому корпоративне управління в системі загального менеджменту спрямоване на досягнення найбільш оптимального узгодження інтересів суб'єктів корпоративних відносин — власників, менеджерів, працівників та суспільства. Ці інтереси, як правило, різні, їх узгодження в корпораціях здійснюється через реалізацію повноважень і відповідальності [6, с. 25].

Для вивчення суті корпоративного управління потрібно враховувати інтереси власників корпоративних прав, які досліджуються через розвиток і функціонування корпорацій як основних об'єктів управління.

У своєму розвитку та становленні корпоративне управління пройшло певні етапи, зокрема Д. Баюра виділяє чотири основних:

I етап — кінець XIX — поч. XX ст., — характеризується домінуванням у прийнятті управлінських рішень акціонерів;

II етап — початок 30—х — 50—ті роки XX ст. — домінування в прийнятті управлінських рішень найманих менеджерів;

III етап — 50—ті — кінець 80—х років XX ст. — запровадження загальних правил та принципів у сфері корпоративного управління;

IV етап — початок 1990—х років — до сьогодні, — вирішення проблеми системного підходу до корпоративного управління [1, с. 124].

На сьогодні відбувається процес реформування системи корпоративного управління у більшості країн світу.

Ключовою характеристикою, за якою класифікуються моделі корпоративного управління, є механізм контролю власників акціонерів за діяльністю менеджерів корпорації, він спирається на внутрішні або зовнішні методи контролю. Залежно

від того, які методи контролю домінують виокремлюють три основні моделі корпоративного управління:

- 1) американську (англо—американську);
- 2) німецьку (європейську);
- 3) японську [5, с. 59].

Проведемо порівняльний аналіз особливостей моделей, щоб побачити відмінності між ними (табл.1).

Таблиця 1. Порівняльна характеристика моделей корпоративного управління [7, с. 231]

Англо-американська модель	Західноєвропейська та японська моделі
Особливості	
Контроль ринків капіталів та зовнішній контроль	Універсальний банківський контроль власності
Розосереджена власність, пасивні акціонери	Зосереджена власність активних акціонерів
Акціонерна демократія, конкуренція інтересів та конкурентні рішення	Довгострокове співробітництво акціонерів
Однорівневі корпоративні ради, в яких господарюють інсайдери	Дворівневі корпоративні ради, взаємне володіння акціями, пірамідальні схеми, холдингові структури
- ліквідність для акціонерів; - захист дрібних акціонерів; - прозорість, розкриття інформації; - сильний захист прав кредиторів; - заборона на внутрішні угоди; - чіткі правила передачі; - явні процедури банкрутства; - більш активні ринки цінних паперів.	- участь працівників в управлінні; - правила управління по домовленості; - активна участь універсальних банків в фінансових рішеннях; - активні власники, більш уважливий нагляд за керівництвом; - контроль інсайдерів; - розповсюджено сімейне володіння.

В США 95% усіх блоків акцій тримають менше 5% акцій компанії, 0,1% усіх блоків — від 25 до 50% акцій компаній. У США у найбільших компаній практично немає блоків, які містили би понад 50% акцій компанії. Водночас у Німеччині тільки 9,5% є блоками з менш ніж 5% акцій окремої компанії. При цьому 38,1% блоків тримають понад 75% акцій компанії. Більше половини всіх блоків акцій є контрольними пакетами, ще 13,9% блоків акцій — блокуючими пакетами. В американській моделі банкам заборонено володіти понад 5% акцій інших компаній [2, с. 208].

У понад 71% німецьких акціонерних корпорацій власник контролює понад 50% акцій, причому в 35% акціонерних корпорацій всі 100% акцій належать одному власнику. Унікальною особливістю німецької системи корпоративного управління є ко—детермінація, а саме — участь співробітників в управлінні компанією. Згідно з німецьким законодавством у компаніях із кількістю співробітників понад 500 представникам колективу повинна належати одна третина місць у наглядовій раді. У компаніях із числом співробітників понад 2000

половина місць у наглядовій раді зарезервована за виборними представниками співробітників компанії.

У японській моделі також високий відсоток банків і різних корпорацій у складі акціонерів. Банки відіграють настільки важливу роль в японському бізнесі, що кожне підприємство прагне встановити дуже тісно перші відносини з одним з них. Такий банк називається головним банком компанії та виконує найрізноманітніші функції, насамперед виступає кредитором. Головний банк одночасно є великим акціонером компанії. Для 16% компаній він — найбільший акціонер, для 22% — другий за розміром, для 15% — третій [2, с. 209].

Підводячи підсумки слід розглянути ситуацію, яка склалася стосовно корпоративного управління та відповідних методів роботи господарських товариств саме у нашій країні. В Україні було розроблено принципи корпоративного управління, за якими було сформульовано сутність і принципи корпоративного управління.

В нашій державі наявна надзвичайно розпорошена структура власності при великій схожості української моделі корпоративного управління на німецьку (континентальну) модель.

За даними досліджень Інституту реформ та Лондонської бізнес—школи, структуру власності українських АТ можна представити так:

- державна — 8%;
- менеджери — 8 %;
- українські компанії — 13%;
- українські фонди — 7%;
- працівники (працюючі та колишні) — 47%;
- громадяни України — 13%;
- українські банки — 1%;
- іноземні компанії — 3% [3, с. 58].

Головною відмінністю української моделі корпоративного управління від німецької моделі корпоративного управління є наявність Ревізійної комісії як окремого органу управління.

Наразі Україні не характерні саме ті риси моделі Німеччини, за які її критикують. Взагалі, досить цікавим є той факт, що скажімо, критикуючи модель Німеччини німецькі фахівці корпоративного управління ставлять у приклад модель США і навпаки. Це ще раз говорить про те, що досконалу модель управління віднайти надзвичайно важко і в цьому плані в Україні є шанс розумно запозичити найкращі елементи із вже існуючих моделей і, враховуючи особливості суто українського характеру, побудувати власну ефективну модель управління акціонерними товариствами.

Українська модель корпоративного управління є комбінацією англо—американської та німецької моделей. Вона характеризується такими основними рисами:

1. Дворівнева система органів управління подібна до німецької моделі:
 - наглядова рада обирається власниками—акціонерами;
 - наглядова рада недостатньо активна;

- правління «контролює» роботу компанії;
- правління несе основну відповідальність за результати фінансово-господарської діяльності підприємства.

2. Концентрація власності. Основні акціонери — держава, банки, керівництво, працівники. Мало уваги приділяється дрібним акціонерам.

3. Брак прозорості. Члени наглядової ради і акціонери отримують мало достовірної і суттєвої інформації.

4. Головне джерело фінансування — банки [4].

Висновки. Постійне вдосконалення моделей корпоративного управління виступає одним з основних чинників, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств будь-якої країни. Не застосовуючи оптимальну систему корпоративного управління, важко створювати сприятливі умови для того, аби ринок цінних паперів та капіталу розвивався, а також ефективність акціонерних товариств зростала. В залежності від того, наскільки якісна система корпоративного управління, ефективність роботи акціонерних товариств буде відрізнятися. Чим досконаліше буде організована така система, тим в більшій мірі це дасть змогу створити соціальну корпоративну відповідальність акціонерних товариств.

Література

1. Баюра Д.О. Система корпоративного управління в Україні: стан та перспективи розвитку: монографія / Д.О. Баюра. — К. : Видавничо—поліграфічний центр «Київський університет», 2009. — 288 с.
2. Велика О.Ю. Місце інсайдерської та аутсайдерської моделей корпоративного управління в економіці України / О.Ю. Велика, К.А. Заславська // Економіка і суспільство. — 2017. — Випуск №10. — С. 207—212.
3. Ігнат'єва І.А. Корпоративне управління: підручник / І.А. Ігнат'єва, О.І. Графопова. — К. : «Центр учбової літератури», 2013. — 600 с.
4. Мендрул О.Г. Становлення вітчизняної моделі корпоративного управління. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.google.com.ua/kneu.kiev.ua>
5. Плешакова О.А. Формування системи ефективного корпоративного управління в Україні / О.А. Плешакова. — К. : Інвестиції: практика та досвід. — 2013. — Випуск №4. — С. 57—60.
6. Сохацька О. Формування нової парадигми корпоративного управління в глобальному середовищі / О. Сохацька // Вісник ТДМУ. — 2010. — №3. — С. 24—29.
7. Сучков А.В. Моделі корпоративного управління: світовий досвід та вітчизняні реалії / А.В. Сучков, А.Д. Кінцель // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнічного університету (економічні науки). — 2015. — Випуск №2(26). — С. 228—235.

А.В. Полякова,

студентка факультету економіки, менеджменту та права
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету
науковий керівник: **І.Ф. Лобачева,**
кандидат педагогічних наук, доцент кафедри обліку та оподаткування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ТЕОРІЯ ІГОР У ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Анотація. Стаття присвячена висвітленню основних теоретичних аспектів використання теорії ігор під час прийняття управлінських рішень. Розглянуто основні методи та моделі теорії ігор.

Ключові слова: управлінське рішення, конфліктна ситуація, теорія ігор, стратегія, гра.

Постановка проблеми. На сьогодні в управлінні активно використовується відповідний математичний апарат, який дозволяє моделювати та прогнозувати не тільки оптимальні варіанти управлінських рішень, але і їх результати. При вирішенні задач забезпечення часто спостерігаються протиріччя у інтересах не тільки суб'єктів зовнішнього середовища і суб'єктів господарювання, а й лобіювання власних інтересів окремих зацікавлених осіб безпосередньо на підприємстві, що призводить до виникнення конфліктів та ризиків неоптимального управління. Такий конфлікт інтересів часто має антагоністичну природу і стратегічну направленість, тому для вирішення окреслених задач все частіше застосовують математичний апарат теорії ігор. Актуальність теорії ігор полягає в тому, що практично кожне рішення в сучасних умовах економічної нестабільності приймається підприємством в умовах невизначеності, тобто нестачі інформації про існуючі факти та ймовірні майбутні події.

Стан дослідження. Дане питання вивчали Роберт Ауманн, Томас Шелінг, Райнхард Зелтен, Джон Неш, Джон фон Нейман, Г. Купалова, С. Печерський, М. Сявавко та інші вчені. Метою дослідження є визначення основних теоретичних аспектів використання теорії ігор на підприємстві під час прийняття управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу. У кожної людини з моменту народження настає момент, коли потрібно прийняти правильне рішення, яким необхідно користуватись протягом усього свого життя. Але чи то від браку інформації, чи то життєвого досвіду, прийняті рішення в більшості працюють не на нашу користь. Але якщо від отриманого результату постраждала лише одна людина, яка його прийняла, даний випадок не нестиме жахливих наслідків щодо усього колективу чи оточуючих людей.

Але інша ситуація присутня у системі прийняття правильного управлінського рішення. Від його ефективності і правильності залежить майбутнє самої людини, колективу та навіть фірми, на яку працює велика кількість людей. З правильним

рішенням відбувається розвиток підприємства, а з хибним — застій виробництва та зниження ефективності праці.

Зважаючи на те, що на кожне рішення встановлені певні вимоги, то управлінські рішення мають ряд таких вимог:

- **всебічна обґрунтованість** — прийняття рішень з урахуванням всієї можливої інформації, а також пошук новітніх форм розвитку;
- **своєчасність** — прийняте рішення повинно проходити згідно вимог і термінів плану;
- **повнота змісту** — управлінське рішення повинно охоплювати всю сферу діяльності управління;
- **повноважність** — обов'язкове дотримання всіх правил і обов'язків його повноважень;
- **погоджуваність** — прийняті раніше рішення повинні узгоджуватись зі всіма іншими [3, с. 67].

До вище згаданих вимог варто додати особливість людського сприйняття. На підсвідомому рівні, управлінець відштовхується від інтуїції, думки та раціональності. Найчастіше зустрічаються випадки, коли зіштовхуються декілька думок і плавно переходять у конфліктну ситуацію, при якій важко стримувати здоровий глузд, зважаючи ще на те, що кожна людина вважає свою позицію ідеальною. Саме тому для розробки правильного управлінського рішення, розроблений певний метод — теорія гри.

Теорія ігор — це відомий та апробований інструмент, що має вагоме теоретичне підґрунтя й часто використовується для вирішення різноманітних завдань. Математичне трактування теорії ігор зустрічається вже в дослідженнях XVII століття, де розглядається пошук оптимальних стратегій в іграх (Bachet de Mezirak, Lyon, 1612). А першим суттєвим математичним результатом з цього питання стала наукова праця Е. Цермело 1912 р. "Про використання теорії множин у шахматній грі" [1]. Однак, більшість дослідників дотримуються твердження, що засновниками теорії ігор є Джон фон Нейман та Оскар Моргенштерн, які у 1944 році видали книгу "Теорія ігор та економічна поведінка". Причому ця книга стала класичною у дослідженнях теорії ігор. Також серед засновників вищезазначеної теорії називають лауреата Нобелівської премії з економіки 1994 року Джона Неша, який запропонував поняття ситуації рівноваги (рівновага Неша), що застосовується при вирішенні безкоаліційних ігор.

Теорія ігор — це математичний апарат для моделювання узгодження інтересів сторін. Тобто, метою застосування теорії ігор є визначення інтересів сторін, знаходження можливих варіантів узгодження таких інтересів, та пропозиція прогнозу розвитку подій у відповідності до зробленого сторонами вибору [4, с. 92].

Теорія ігор є дуже складною областю знання. При зверненні до неї треба дотримуватися обережності і чітко знати межі застосування. Занадто прості тлумачення, що приймаються фірмою самостійно або за допомогою консультантів, таять у собі приховану небезпеку. Аналіз і консультації на основі теорії ігор з-за їх складності рекомендуються лише для особливо важливих проблемних областей. Завдяки даній теорії можна виявити які стани гри вважаються справедливими,

рівноважними, оптимальними, а також проаналізувати властивості і способи досягнень таких станів. Використовуючи теорії ігор підприємство отримує можливість передбачити ходи своїх партнерів і конкурентів, дозволяє гравцеві вибирати з певної кількості альтернативних варіантів "найкращий хід" який представляється йому "кращою відповіддю" на дію інших гравців.

При дослідженні конфліктної ситуації, утворюють її спрощену модель, яка отримала назву — гра — це формалізований опис (модель) конфліктної ситуації, що включає чітко визначені правила дій її учасників, які намагаються отримати певну перемогу шляхом вибору конкретної (в певному сенсі — найкращої) стратегії поведінки. Суб'єкт прийняття рішення (СПР) називається гравцем, а цільова функція — платіжною функцією. У грі можуть брати участь кілька гравців, причому деякі з них можуть вступати між собою в постійні або тимчасові коаліції (спілки). У випадку утворення коаліцій гра носить назву «коаліційної». Гра двох осіб називається парною грою [5, с. 25].

Кожен гравець приймає такі рішення, тобто вибирає таку стратегію поведінки, щоб максимізувати свій виграш або мінімізувати програш. При цьому він не знає, яких стратегій дотримуватимуться інші гравці. Отже, кожен гравець приймає свої рішення в умовах невизначеності, а результат обраної ним стратегії залежить від поведінки всіх учасників гри [3, с. 55].

Але в розробці ігрової задачі, спершу потрібно вибрати з класифікації ігор метод ведення гри:

- ігри з нескінченним числом ходів — інколи відбуваються ігри, які можуть продовжуватись дуже довго. Тому варто в деяких моментах вибирати не правильне рішення, а виграшну стратегію;

- кооперативні чи некооперативні — при кооперативній грі, гравці об'єднуються в групи. В некооперативному — кожен гравець сам за себе;

- з нульовою і ненульовою сумою, відповідно, — це гра з постійною сумою, де не можна змінювати залучені ресурси та гра, в якій перемога одного гравця не дає програш іншому гравцю;

- симетрична та антисиметрична — гра, в якій стратегії гравців однакові, та якщо вони обмінюються місцями, виграш їх не зміниться;

- паралельні та послідовні — при паралельній грі гравці ходять одночасно, або дізнаються про хід свого супротивника після свого ходу;

- з повною та неповною інформацією — в цій грі гравці володіють всією інформацією про ходи та стратегії противників;

- дискретні та неперервні ігри — тобто гра зі скінченною кількістю ходів, учасників, стратегій [1].

Для дослідження статистичних моделей в умовах невизначеності, конфліктності та породженого ними ризику використовують схему гри з економічним середовищем, складовими якої є:

1) перший гравець — суб'єкт керування (СПР), вибір стратегії поведінки якого базується на множині $S = (s_1, \dots, s_m)$ рішень (чистих стратегій), одне з яких йому необхідно прийняти;

2) другий гравець – економічне середовище, яке може знаходитися в одному з n попарно несумісних станів $\overline{\theta_j}$ які утворюють множину $\overline{\Theta} = (\theta_j; \dots; \theta_{j_n})$, й один з яких обов'язково настане;

3) відсутність у СПР апіорної інформації про те, в якому зі своїх станів знаходитиметься економічне середовище (яке рішення прийме другий гравець);

4) точне знання СПР функціонала оцінювання (матриці)

$F = (f_{kj}: k = 1, \dots, m; j = 1, \dots, n)$, елемент f_{kj} якого є кількісною оцінкою ефективності результату діяльності СПР у випадку вибору ним стратегії за реалізації стану економічного середовища $\overline{\theta_j} (k = 1, \dots, m; j = 1, \dots, n)$

Запропонована схема моделювання процесу прийняття раціонального рішення допускає таку інтерпретацію: другий гравець парної гри замінюється випадковим вибором або неусвідомлено приймаючим свої рішення економічним середовищем, а сама ситуація прийняття рішення характеризується функціоналом оцінювання F , який називають також (статистичною) матрицею гри, або платіжною матрицею [2, с. 21].

Формально ситуація прийняття рішення згідно з теоретико-ігровою концепцією описується трійкою множин: $\{S; \overline{\Theta}; F\}$

Цікавою, з практичної точки зору, є змішана ігрова модель, коли множина стратегій суб'єкта керування S є дискретною і може набувати скінченної кількості варіантів, а множина станів економічного середовища Q – неперервною. В цьому випадку ситуація прийняття рішень характеризується сукупністю функцій:

$$F = (f(s_k; \theta) = f_k(\theta): \theta \in \overline{\Theta}; s_k \in S; k = 1, \dots, m) = (f_1(\theta); \dots; f_m(\theta))$$

Доречно виділити творчу та формальну складові щодо побудови теоретико-ігрової моделі. Основні етапи творчої складової такі:

- формування множин рішень першого та другого гравців, тобто перелік чистих стратегій СПР і станів економічного середовища («природи»);
- визначення та формалізація основних показників ефективності та корисності, побудова платіжної матриці F ;
- визначення (ідентифікація) наявної інформаційної ситуації, яка характеризує поведінку економічного середовища;
- вибір критерію прийняття рішення з множини критеріїв, характерних для ідентифікованої інформаційної ситуації;
- прийняття згідно з вибраним критерієм рішення із сукупності чистих або змішаних стратегій, якщо використання останніх можливе [4, с. 88].

Чудовий приклад застосування теорії ігор на практиці управління продемонструвала компанія «McKinsey». Вона розробила свою власну модель, яка представлена у відкритому доступі на прикладі пасажирських залізничних перевезень в Євросоюзі.

У січні 2010 року транскордонні послуги для пасажирів стали повністю відкриті для конкуренції і звільнені від контролю Євросоюзу. Деякі держави-члени ЄС, зокрема Німеччина, Італія, Швеція і Великобританія, виявили ініціативу в

наданні міжміських розрахованих на довгу відстань пасажирських залізничних послуг.

У такій ситуації у топ-менеджера, який визначає напрямки політики компанії, можуть виникнути безліч питань. Крім руйнівної цінової війни, які можуть бути виходи? Варто змінити розклади поїздів, щоб конкурувати з розкладами ворога лицем до лица? Має сенс розвивати чудовий сервіс або знижувати ціни за рахунок збереження лише необхідного? Варто знаходити інші другорядні маршрути в надії зменшити шкоду або боротися за кожного клієнта?

Для вирішення подібних питань «McKinsey» розробила модель на основі теорії ігор, щоб зрозуміти динаміку, яка виникає в конкуренції в далекомагістральних маршрутах пасажирських залізничних перевезень. Модель поділяє складний конкурентно-динамічний комплекс в набір послідовних ігор, в яких агресивний гравець робить «хід конем», а чинний відповідає.

За допомогою цієї моделі, можна розділити діапазон основних доступних варіантів для нападників і діючих гравців. Нападаючі гравці можуть зробити наступні чотири стратегічних вибору. По-перше, наслідувати діючим гравцям представляючи ідентичні послуги. Так само вони можуть піти в наступ, наприклад, надаючи більш якісні і постійні послуги в перевезенні. По-третє, вони можуть спеціалізуватися, зайнявши певну нішу. Або, врешті-решт, вони можуть диференціюватися шляхом надання чітко відмінних послуг, таких як недорогі пропозиції, спрямовані на туристів, з більш низькою ціною і менш швидкісним рухомим складом.

Варіація відповідних кроків діючого гравця може бути представлена наступними діями: ігнорувати нападника і не реагувати на нього зовсім; контратакувати, за допомогою цінової конкуренції, більш частих перевезень та графіків роботи поїздів; співіснувати, поступившись деякими маршрутами і навчитися ділитися ними; або вийти з маршруту припинивши в ньому роботу. Ці початкові кроки у створенні моделі теорії ігор не викликають утруднень.

В моделі, яку створила компанія «McKinsey», існує цікава умова, що полягає в тому, що кінцеві результати чутливі до вихідних допущень, тим самим при злегка змінених припущеннях про, скажімо, зміну попиту, результати могли б бути дуже різними. З цієї точки зору, модель «McKinsey» нагадує бізнес-симулятор, що дозволяє керівникам отримати чітке розуміння можливого розвитку конкурентних дій у різних умовах. Це допомагає компаніям приймати управлінські рішення, оскільки ходи конкурентів стають чіткими[6].

У загальному підході до теорії ігор, аналітики розглядають десятки перестановок дій і реакцій, вибираючи ті, які вони вважають найбільш послідовними і взаємно врівноваженими, а також найбільш ймовірні. Потім вони роблять припущення про тих або інших факторах. В результаті виділяючи рішення, з одним певним набором припущень, отриманих при врахуванні інтересів всіх гравців. Рішення може, наприклад, полягати в боротьбі з новим гравцем і атакувати його на всіх фронтах.

З моменту створення теорії ігор пройшло чимало часу. За цей період вона змінювалась, вдосконалювалась та проходила різні етапи розвитку. Саме з

актуальністю використання цієї гри, вона набрала великого розголосу і постійно використовується для досягнення найкращого результату.

Висновки. Отже, проаналізувавши теорію ігор у прийнятті управлінських рішень, стає очевидним, що її використання необхідне для майбутнього. Тому потрібно завжди вдосконалюватись та розвиватись, щоб подібна гра приймала зрозумілий характер і досягала бажаного кінцевого результату.

На основі концепції теорії гри можливо приймати оптимальні рішення в умовах невизначеності та ризику, що дозволяє врахувати інтереси різних сторін, які прямо або опосередковано впливають на процес прийняття цих рішень. Так, наприклад, будь-яку економічну ситуацію можна розглядати як гру, у якій розглядаються та враховуються інтереси усіх суб'єктів прийняття рішень. Яскравими прикладами таких економічних ігор є задачі, пов'язані з вибором оптимальної кількості певного товару з поміж усього асортименту продукції, планування посівних площ, що дозволить зібрати максимально можливий врожай та отримати очікуваний прибуток.

Література

1. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу [Електронний ресурс] — 2013. — Режим доступу: <http://pidruchniki.com/>
2. Лук'яненко І.Г. Економетрика: підручник / І.Г. Лук'яненко, Л.І. Краснікова. — К.: Товариство «Знання», КОО, 2014. — 494 с.
3. Печерський С.Л. Теорія ігор для економістів. Вхідний курс: навчальний посібник / С.Л. Печерський, А.А. Беляєва. — Пб.: Вид. Європ. Ун-та в С.-Петербурзі, 2012. — 342 с.
4. Рульєв В.А. Менеджмент : навч. посіб. / А.В. Рульєв, С.О. Гуткевич. — К. : Центр учбової літератури, 2011. — 312 с.
5. Сявавко М.С. Математичне моделювання за умов невизначеності: підручник / М.С. Сявавко. - Львів: Укр. технології, 2015. — 319 с.
6. Практическое применение теории игр в менеджменте // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам I студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. — М.: «МЦНО». — 2013 — № 2(2) / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/2.pdf

УДК 658.562.012.7

І.С. Ткаченко,

студент факультету управління та права
Вінницького кооперативного інституту

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. В статті висвітлені основні питання, що стосуються системи управління якістю на вітчизняних підприємствах, загальні її засади та принципи, історія виникнення та найпоширеніші її види та території нашої країни.

Ключові слова: система управління якістю, петля якості, TotalQualityManagement, ISO, система управління якістю і безпечністю харчових продуктів HACCP.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку національної економіки велика кількість підприємств зустрічається із рядом проблем щодо збільшення своєї конкурентоспроможності. В умовах збільшеної конкуренції, невідповідності кон'юнктури ринку, високого рівня глобалізації підприємства змушені шукати нові способи забезпечення своєї конкурентоздатності. Організація ефективної роботи в сфері управління якістю продукція є однією із рушійних сил в формуванні конкурентоспроможності підприємства на вітчизняному ринку.

Стан дослідження. На сьогоднішній день дослідження системи контролю якості харчової продукції та її безпечності приділяється велика увага. Вітчизняні дослідники розробляють та досліджують різноманітні системи контролю якості для підприємств, що дає змогу підвищити їх конкурентоспроможність та дає їм можливість виходу на зарубіжні ринки. В роботі проаналізовано дослідження Зарубінського В. М., Дем'янова М. І., Кушлика Є. Я., Семеренко І. В., Петренко К. В., Пономарьова О. С. та Труш Ю. Л.

Виклад основного матеріалу. Одним із найважливіших факторів підвищення конкурентоспроможності підприємства є задоволення потреб споживачів якісним продуктом виробництва. Тому дотримання вимог системи якості є невід'ємною складовою розвитку підприємства.

Система якості на підприємстві запроваджується задля досягнення поставлених завдань з питань якості із врахуванням діяльності підприємства та його специфіки. Система управління якістю забезпечує ефективність політики підприємства в сфері якості за рахунок скоординованої діяльності усіх структурних підрозділів. Головна задача цієї системи полягає в унеможливленні появи неякісної продукції чи браку, через зменшення помилок в роботі.

Система управління якістю забезпечує реалізацію системного та комплексного підходів до вирішення проблем якості продукції. Відповідно до вимог світових стандартів, система управління якістю — це складова частина контролю за управлінською діяльністю, технологією виробництва та продукцією, спрямована на підвищення якості продукції.

Добре розвинена та налагоджена система менеджменту якості забезпечує успішне функціонування більшості підприємств. Від правильної побудови даної системи залежить положення на ринку, імідж підприємства перед споживачами та рівень залучення нових клієнтів, що неухильно впливає на конкурентоспроможність.

Існує ряд принципів, на яких базується діяльність з управління якістю продукції:

1. Цілеспрямованість (чітка ціль — підтримка якості продукції);
2. Плановість (створення плану заходів щодо якості, які необхідно виконати);
3. Комплексність (врахування всіх факторів, що впливають на вирішення проблем якості продукції);
4. Безперервність;
5. Оптимальність (створення продукції відповідної якості, що задовольняє вимоги споживачів);

6. Інтенсивність (збільшення якості продукції, як інтенсивний фактор розвитку економіки);

7. Постійне вдосконалення (забезпечує підвищення конкурентоспроможності).

Використання системи управління якістю має ряд переваг:

- зниження виробничих та невиробничих витрат (виробничий брак, штрафні санкції, рекламація та ін.), витрат на підтримку якості, що збільшує рівень рентабельності підприємства;

- задоволення потреб споживачів;

- можливість виведення продукції на нові міжнародні ринки із відповідною ціновою політикою;

- підвищення інвестиційної привабливості;

- збільшення рівня лояльності потенційних клієнтів та партнерів;

- орієнтування виробничих процесів на підвищенні рівня якості та безпечності продукції;

- вдосконалення інформаційної системи підприємства та інше.

Забезпечення цілей підприємств в сфері управління якістю продукції забезпечується за рахунок виконання спеціальних функцій, що реалізуються в межах системи управління якістю на всіх етапах життєвого циклу продукції. Відповідно до міжнародних стандартів із системи управління якістю до таких функцій відносяться:

- планування;

- оперативне управління;

- забезпечення та поліпшення якості.

Дані функції об'єднуються в так звану «петлю якості» та в сукупності є процесом управління якістю на підприємстві. Вона є основою більшості систем управління якістю.

За даною концепцією система управління якістю включає забезпечення, управління та поліпшення якості продукції на всіх етапах «петлі якості».

На сьогоднішній день існує досить велика кількість концепцій, які є основою для різних систем управління якістю. Крім концепції «петлі якості», в основі деяких систем управління якістю продукції на підприємстві лежить підхід Е. Демінга на основі циклу PDCA.

Механізм роботи системи управління якістю Е. Демінг представив у вигляді послідовності чотирьох дій: plan (планування), do (виконання робіт), check (контроль результатів) та action (коригування виконаних дій). Управління якістю за даним механізмом повторюється до отримання запланованих результатів [2].

На сьогоднішній день існує так звана ідеологія системи загального управління якістю - TotalQualityManagement, що в повній мірі задовольняє потреби ринку та споживачів.

Дана концепція передбачає тотальне, цілеспрямоване та скоординоване використання систем та методів управління якістю на всіх етапах діяльності підприємства за умови раціонального використання технічних можливостей

підприємства. Вона не є чітко сформованою системою менеджменту компанії, а являється сукупністю поглядів, які завжди розвиваються та вдосконалюються.

Технологією системи TQM є міжнародні стандарти ISO серії 9000, які використовуються незалежно від сфери діяльності підприємства за рахунок загального визначення методології функціонування системи якості. Вони розроблені Міжнародною організацією зі стандартизації (International Organization for Standardization) - недержавною організацією, що об'єднує представників 150 країн світу, створену в 1947 році.

Особливість даних стандартів полягає в тому, що застосування вимог, які вони передбачають, є повністю добровільними, але в разі їх використання, підприємство зобов'язується неухильно їх дотримуватись. Підприємства, що отримали сертифікат відповідності системи управління якістю міжнародним стандартам ISO 9000 стабільно виробляють якісну конкурентоспроможну продукцію [4].

Дані стандарти базуються на основі концепції TQM та мають вісім загальних принципів.

1. Орієнтування на споживача. Базується на маркетинговому підході до управління якістю та вирішення проблем в цій сфері. Передбачає задоволення існуючих потреб споживачів та аналіз потенційних, задля утримання та підвищення свого конкурентного становища. Орієнтування діяльності підприємства на потреби внутрішнього та зовнішнього споживача.

2. Лідерство. Даний принцип забезпечує ефективне використання системи якості за рахунок забезпечення керівником діяльності підприємства в одному напрямку та задля досягнення єдиної мети.

3. Залучення працівників. Можливість реальної участі кожного працівника в процесі задоволення потреб споживачів та повне залучення працівників до поліпшення роботи системи управління якістю дає можливість збільшити ефективність роботи всього підприємства.

4. Процесний підхід. Вся діяльність підприємства повинна бути представлена сукупністю процесів, що забезпечить ефективне управління підприємством та його ресурсами. Підхід забезпечує безперервний контроль над різними зв'язками системи управління якістю та над їх взаємодією.

5. Системний підхід до управління. Забезпечує більшу результативність та ефективність досягнення мети за рахунок управління взаємопов'язаних процесів як системою.

6. Постійне поліпшення. Незмінною метою будь якого підприємства повинно бути безперервне поліпшення його діяльності, за рахунок потреб кожного робітника в підвищенні якості продукції, своєї праці, процесів та розвитку організації в цілому. Застосування колективних методів та форм аналізу, пошуку та вирішення проблем, постійна участь усього колективу в підвищенні рівня якості продукції забезпечує ефективність використання системи. Даний принцип являється комплексною системою з орієнтацією на постійне підвищення рівня якості, зменшення виробничих витрат та вчасну поставку продукції.

7. Прийняття рішень на основі фактів. Необхідність в попередньому аналізі інформації та даних, використання лише достовірних та точних даних.

8. Взаємовигідні стосунки з постачальниками. Якість готової продукції неухильно залежить від якості сировини та матеріалів, з яких вона виготовлена, тому взаємовигідні зв'язки з постачальниками забезпечують ефективне досягнення основної мети системи управління якістю.

Використання системи управління якістю на підприємстві, яка базується на застосуванні та впровадженні усіх даних принципів призводить до ефективного функціонування підприємства та до збільшення його конкурентоспроможності [1].

Крім концепції стандартів ISO великої популярності набула система управління якістю і безпечністю харчових продуктів НАССР «Hazard Analysis and Critical Control Points». Так як харчові продукти є невід'ємною складовою життя будь якого споживача, її якість та безпечність потребує особливої уваги.

Основою НАССР є управління небезпечними факторами, що впливають на кінцеву якість та безпечність готової продукції, шляхом використання механізмів контролю в усіх точках виробництва. Застосовується використання контролю якості продукції від контролю сировини до повного аудиту всього виробництва. Це дозволяє зменшити ризик появи неякісної продукції, за рахунок здійснення не вибіркового контролю готової продукції, а загального контролю усієї системи.

Застосування системи НАССР сприяє унеможливленню потрапляння неякісної продукції таких підприємств кінцевому споживачеві, збільшується попит на дану продукцію та підвищується конкурентоспроможність, що в свою чергу підвищує імідж підприємства та його інвестиційну привабливість [3].

Висновки. Робота системи управління якістю є необхідною складовою роботи усіх підприємств. Вона забезпечує ефективне функціонування підприємства, зменшуючи різноманітні витрати, пов'язані із контролем якості, забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, що є важливою умовою для нормального його функціонування на ринку. Також, в сучасних умовах євроінтеграції, для розвитку вітчизняного підприємництва необхідною умовою є сертифікація відповідності системи управління якістю продукції. Саме через це, досить важливо створювати та вдосконалювати системи управління якістю на підприємствах.

Література

1. Зарубінський В. М. Фінансове управління підприємством: принципи, методи та інструменти / В. М. Зарубінський, М. І. Дем'янов, Є. Я. Кушлик, І. В. Семеренко // Актуал. проблеми економіки. — 2009. — № 1. — С. 171—175.
2. Петренко К.В. Система управління якістю продукції на підприємстві як чинник його ефективної діяльності / Петренко К.В. // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. — 2009. — №12. — С. 32 — 34.
3. Пономарьова О.С. Шляхи гармонізації вітчизняної практики управління якістю з міжнародними стандартами / Пономарьова О.С. // Економіка. Фінанси. Право: Інформаційно-аналітичний журнал. — 2008. — №5. — С.10—14. — Бібліогр.: с. 14.
4. Труш Ю. Л. Обґрунтування основних шляхів підвищення управління якістю продукції / Ю. Л. Труш // Формування ринкових відносин в Україні. Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності. — 2010. — № 8. — С. 91—94.

І.І. Тучковська,

кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Львівського торговельно-економічного університету

Л.О. Бутрій,

студентка Львівського торговельно-економічного університету

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ

Анотація: У статті досліджено ряд теоретичних і практичних проблем якості послуг у готелі, наведено і досліджено фактори, які впливають на створення якісних умов проживання, завдяки яким можливо покращити виробничу діяльність сучасних туристичних підприємств. Описано найбільш дієві способи для підвищення якості обслуговування у готельній сфері. Описано підсистеми управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві, зокрема у готелі.

Ключові слова: якість, обслуговування, послуги, готель.

Постановка проблеми. Враховуючи те, що Україна одна з найбільших європейських держав її антропогенні та природні умови, а також геополітичне розташування, сприяє стрімкому розвитку національного туризму. Завдяки тому, що успішний розвиток туризму здійснює вплив на безліч секторів національної економіки, рівень зайнятості населення збільшується завдяки створенню нових робочих місць. Дякуючи туризму, в країні стрімко розвиваються об'єкти інфраструктури, а також історичні та культурні традиції.

Для того, щоб рівень туризму в Україні зростав, багато уваги потрібно приділяти комплексу факторів, спрямованих на підвищення і покращення якості туристичних послуг, створення умов для обслуговування туристів, а також покращення роботи усіх підприємств туризму. Не приділяючи належної уваги таким факторам, підприємство стикається з проблемою втрати фінансів, на виправлення ряду таких помилок. Кращий ефект буде досягнутий, якщо розробити шлях довгострокових програм, аби запобігти безліч помилок. Користуючись такою позицією велика кількість країн світу використовує спеціальні механізми впливу на суб'єктів підприємництва, які впроваджують процедури стандартизації, сертифікації і ліцензуванні туристичної діяльності.

Стан дослідження. Завдяки проведенню активних досліджень вітчизняних, а також зарубіжних авторів, ми бачимо, що використовуються різноманітні моделі управління якістю, які застосовуються у готелі. Варто зауважити, що головною умовою для підтримки якості обслуговування, є контроль [1]. Саме тому, керівники великих і малих підприємств, створюють систематичне навчання членів і керівників груп якості, а також використовують новітні системи та технології процесів обслуговування, сучасну організацію праці, методи контролю й аналізу якості [2].

Метою статті є пошук практичних та теоретичних проблем якості обслуговування в готелях та пошук оптимальних варіантів для їх покращення.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сам перед варто визначити поняття «якість обслуговування». Якість обслуговування — це один з найважливіших показників, який показує ефективність функціонування готельного

господарства. Головною складовою всієї системи якісного обслуговування — є якість готельних послуг.

Якщо якість обслуговування у готелі на високому рівні, це спонукає туриста і гостя, скористатись послугами саме цього готельного підприємства, а не підприємства-конкурента. В разі погіршення якості готельних послуг, підприємство повинне бути готове до втрати клієнта, адже ми пам'ятаємо що якість і успішна реалізація готельних послуг прямо пропорційна.

Достойну позицію на ринку може займати тільки той готель, який пропонує якісні готельні послуги. Конкуренція досить висока, тому аби українські малі і великі готелі могли займати непогане місце на світовому ринку, створюють конкурси, в яких підприємства можуть поборотися за винагороди і звичайно за звання кращого готельного підприємства [3].

Також варто враховувати те, що більшу конкурентоспроможність в наданні готельних послуг, має те підприємство, яке враховує ціну і якість. Без сумніву, підвищення якості обслуговування пов'язане з витратами. Хоча витрати покриваються завдяки високим готельним послугам, які дають немалий прибуток.

Значення підвищення якісного обслуговування достатньо багатогранне. Вирішення цієї проблеми на мікрорівні важливе і для економіки в цілому, оскільки дозволяє встановити нові та прогресивні пропорції всередині готельної індустрії. Забезпечення пропорцій може бути здійснено шляхом вдосконалення технології управління наданням якісних готельних послуг і підвищення економічності.

До недавнього часу вважалось, що якістю обслуговування повинні займатися спеціальні служби. Але провідні готелі, які зараз займають перші місця на світових ринка вважають, що для кращої роботи підприємства і кращого надання готельних послуг, потрібно задіяти усі служби. Безумовно, ключову роль у підвищенні якості обслуговування, посідають оцінки і відгуки відвідувачів, адже вони і встановлюють рейтинг того чи іншого готелю. Відвідувачі і гості, вказують на помилки і прорахунки, а готель і безпосередньо власник, робить висновки і шукає оптимальні варіанти для покращення якості послуг.

Проведені дослідження у ряді країн показали, що готель, який мало уваги приділяє якості, тратить 60% часу на виправлення неякісного обслуговування [4].

Аби вдосконалити якість обслуговування, потрібно не забувати про капіталовкладення. Вкладення капіталів приводить до збільшення доходів, а збільшення доходів дає змогу покращити якість послуг. Підвищення рівня готельних послуг, збільшує попит на ці послуги і відповідно підвищується рівень задоволеності клієнта. Основний критерій оцінки якості готельних послуг для клієнта — це ступінь його задоволення. Критерієм задоволення клієнта — є бажання повторно відвідати готель, а також прорекламувати і залучити більше клієнтів [5].

На якість обслуговування у готелях впливають такі чинники:

- матеріально-технічна база;
- зручне планування і якісне оформлення приміщень, умеблювання, якість білизни, сучасні телекомунікації;
- технологія обслуговування;

- високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу;
- управління якістю обслуговування, що передбачає розробку і впровадження стандартів якісного обслуговування, навчання персоналу, контроль, коригування, вдосконалення обслуговування шляхом розробки ефективної організаційної структури управління.

Отже, якщо у готелі буде ефективно працювати управління якістю послуг, це означає, що сформується система стратегічного планування і система контролю пропонованих послуг, відбуватиметься дотримання норм стандартів обслуговування, покращиться якість послуг.

Ефективне управління якістю у готелях повинно враховувати:

- ефективні маркетингові дослідження;
- запровадження галузевого стандарту обслуговування;
- розробку технології (нормативної характеристики) виробничих процесів;
- запровадження кваліфікаційних вимог до працівників (кваліфікаційного стандарту);
- використання нормативів праці (нормативів виробітку);
- винагороду і мотивацію праці;
- наявність нормативної культури.

Для того щоб готель був достойний займати місце на ринку, запропоновані найбільш дієві способи для підвищення якості обслуговування у готельній сфері [6]:

- орієнтація на споживача. Готель повинен врахувати всі бажання своїх гостей, аби перевершити їхні сподівання. Готельне підприємство повинне врахувати вподобання, релігійні і культурні позиції. Адже найкращою нагородою для готелю буде повернення старих і залучення нових клієнтів.

- лідерство керівника. Керівники забезпечують єдність цілі і напрямку діяльності організації. Вони повинні підтримувати як внутрішню, так і зовнішню культуру, забезпечувати повне залучення персоналу готелю у вирішення завдань організації;

- залучення працівників. Безумовно персонал становить основу організації, адже якість роботи персоналу залежить від відношення керівника, а якість послуг, залежить від рівня задоволеності працівника;

- підхід до системи якості як процесу. Цілі готельного підприємства досягаються значно швидше тоді, коли діяльність і управління ресурсами здійснюється як процесом;

- системний підхід до управління. Управління якістю ефективно у випадку всебічного розуміння проблем і ефективного менеджменту взаємопов'язаних процесів як системи підвищення ефективності організації при досягненні її цілей;

- постійне підвищення результатів діяльності організації - в цілому необхідно розглядати як головну, незмінну ціль готельного підприємства.

Також існує ряд головних вимог до персоналу у готельних підприємствах, адже в більшості саме працівники відповідальні за якість послуги [7]:

- ввічливість — персонал повинен бути люб'язним, привітним, уважним у стосунках з клієнтами;

– компетентність — незважаючи на високу чи низьку посаду, весь персонал зобов'язаний володіти необхідними знаннями і навиками, які вони здобули на стажуванні;

– комунікабельність — вміння знаходити спільну мову з будь якими клієнтами, а також швидко реагувати на їхні побажання і виконувати їх у найкоротші терміни;

– готельні підприємства та готельні послуги повинні бути безпечними для життя та здоров'я клієнта, комфортними, персонал повинен користуватись довірою клієнта;

– доступність — клієнт повинен бути впевнений, що йому наддадуть якісні готельні послуги в той час, в тому місці і в тому обсязі, в якому він потребує.

Висновки. Отож для того, щоб готель функціонував, повинна бути система управління якістю, яка являє собою погоджену робочу структуру та повинна включати ефективні управлінські і технічні методи, що забезпечують найкращі способи роботи персоналу готелю, туроператорів, турагентів, а також споживачів туристичних послуг. Здатність готелю ставити собі цілі і досягати їх, здатність бути конкурентоспроможним туристичним підприємством, визначається діючою системою організації й управління — системою управління якістю.

Література

1. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме / Л.В. Баумгартен. — Москва: Издательский центр «Академия», 2010 — 304 с.
2. Шве́ц И.Ю. Управление качеством туроператоров / И.Ю.Швец // Культура народов Причерноморья. — 2005. — № 61. — С. 61–72.
3. Папи́рян Г.А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме / Г.А. Папи́рян. — М.: Финансы и статистика, 2008. — 160 с.
4. Сидоренко І.О. Напрями щодо удосконалення системи управління якістю діяльності туристичних підприємств (організацій, фірм) в сучасних умовах господарювання / І.О. Сидоренко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. — Вип. 3 (46) / Наук. ред. І. К. Бондар. — К., 2005. — С. 78–80.
5. Смирнов І.Г. Про привабливість та логістичність рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму / І.Г. Смирнов // Географія та туризм. — 2010. — Вип. 4. — С. 106–114.
6. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика / М.П. Мальська, В.В. Худо. — К.: Центр учбової літератури, 2012. — 368 с.
7. Goeldner C.R. Tourism: Principles, Practices, Philosophies / C.R. Goeldner, J.R. Brent Ritchie. — Ed. 9th. — John Wiley & Sons, Inc, 2002. — 624 p.

І.І. Тучковська,

кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Львівського торговельно-економічного університету

О.Б. Делявська,

студентка Львівського торговельно-економічного університету

КВАЛІФІКАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ

Анотація. Розглянуто проблеми управління персоналом на підприємствах готельного господарства. Досліджено основні специфічні особливості трудових ресурсів, особливості організації праці на підприємствах готельного господарства. Запропоновано основні напрями вдосконалення управління персоналом.

Ключові слова: готельна індустрія, кваліфікація, послуги, управління персоналом, якість послуг.

Постановка проблеми. Впровадження в системах управління готельних господарств сучасних інноваційних систем організації праці, що відповідають світовим стандартам, обумовлена зростанням потреб і очікувань споживачів, загостренням конкурентної боротьби на зовнішньому та внутрішньому ринку України. Це сприяє підвищенню якісних характеристик наданих послуг як засобу забезпечення ефективної роботи підприємства, його конкурентоспроможності, в якому вирішальну роль відіграє висококваліфікований і мотивований персонал.

Подальший розвиток сфери послуг ставить нові вимоги до кадрового забезпечення готельного господарства. Персонал готельного господарства повинен забезпечувати надання якісних послуг до вимог чинного законодавства й становища на ринку праці, а також бути високопродуктивним і високопрофесійним, відповідальним колективом, здатним гнучко й адекватно реагувати на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища.

Стан дослідження. Сучасні наукові дослідження показують, що на підприємствах готельного господарства спостерігається певна невідповідність наявного кадрового потенціалу зростаючим запитам клієнтів щодо обсягів і якості наданих послуг.

Цій темі присвячені праці таких науковців: Б.М. Андрушківа, С.І. Бандура, В.Я. Брича, І.Ф. Гнибіденка, М.І. Долішнього, Т.А. Заяць, А.М. Колота, І.С. Кравченко, В.І. Куценко, В.О. Покрищука, В.А. Савченка, М.В. Шаленко, М. Альберта, М.Х. Мескона, К.Р. Макконнелла, Д. Мерсера, С. Фішера, Ф. Хедоурі, Л.Г. Чернюк, О.П. Дуровича, Т.І. Ткаченко, О.Д. Чудновського. Проте, ряд актуальних проблем залишаються недостатньо розкритими, зокрема, питання формування системи кадрового забезпечення в готельному господарстві. В сучасних умовах потребує змін дослідження формування розвитку кадрової стратегії готельного господарства.

Метою статті є вдосконалення рівня підготовки персоналу та підвищення кваліфікації працівників готельної індустрії відповідно до європейських стандартів надання послуг; комплексна оцінки процесів у сфері зайнятості і розвитку

готельного господарства в ринкових умовах; здійснення аналізу кількісного і якісного складу персоналу; стратегія щодо кадрового забезпечення розвитку індустрії гостинності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Готельне господарство України в умовах глибоких соціально-економічних змін стає все більш актуальною сферою економічної діяльності. Вирішальну роль у його розвитку відіграє висококваліфікований і мотивований персонал.

Готель — об'єкт із злагодженим механізмом, який повинен ефективно працювати. Рушійною силою цього механізму є праця людини як ланки обслуговуючого персоналу готелю, яка виступає не лише його обличчям, але і найбільше відображає душу закладу.

Готельний бізнес у сфері обслуговування посідає особливе місце. Тут дуже важливим є працівник, оскільки для того, щоб обслужити одного гостя, потрібно задіяти близько шести-восьми осіб, і саме працівник цієї сфери більшість свого робочого часу проводить у спілкуванні.

Зокрема, доступність: послугу легко отримати в зручному місці, в слушний час, без зайвого очікування її надання; комунікабельність: опис послуги виконаний на мові клієнта; компетентність: обслуговуючий персонал має володіти необхідними навиками і знаннями; ввічливість: привітний, поважний і дбайливий; довірливість: на заклад і його персонал можна покластися, оскільки вони дійсно прагнуть задовольнити будь-які запити клієнтів; чуйність: працівники чуйні й творчо підходять до вирішення проблем і задоволення запитів клієнтів; безпека: послуги, що надаються, не несуть з собою ніякої небезпеки або ризиків і не дають приводу для яких-небудь сумнівів; розуміння/знання клієнта: працівники прагнуть якнайкраще зрозуміти потреби клієнта і кожному з них приділяють увагу. Виходячи з вищенаведених критеріїв, видно, що провідне місце займають саме особистісні та професійні якості працівників сфери послуг.

При прийомі на роботу менеджер керується досвідом роботи працівника, зазначеному в резюме, кількістю та престижністю закладів, у яких йому доводилося працювати, здобутими там вміннями та навичками [2].

Щодо специфіки роботи у сфері послуг, то тут слід зауважити: для її працівників вкрай важливі такі якості, як відкритість, комунікабельність, доброзичливість і стресостійкість. Саме їх необхідно виховувати та заохочувати у потенційних та вже працюючих адміністраторів та інших співробітників. Протягом робочого дня доводиться вирішувати багато важливих питань, долати проблемні ситуації і в той час залишатися привітним із гостями та колегами.

Для закладів, які тільки відкриваються підбір персоналу великий і складний процес, що складається з послідовності етапів: пошук персоналу, його навчання та підготовка, проведення тренінгів та підвищення рівня кваліфікації, проведення атестації, формування команди. Для закладів, які вже функціонують і мають основу персоналу, підбір нових кадрів матиме дещо іншу послідовність: пошук кадрів, влиття в команду, навчання та підготовка, проведення атестації, проведення тренінгів та курсів підвищення кваліфікації [6].

У сучасному світі важливим вважається міжкультурні компетенції, здатність працювати з людьми різної національності, конфесії й культури. Особливо є володіння персоналом не менш як трьома мовами при 4 і 5-зіркових готелях. Кожен такий тренінг дає працівникові об'єм нової інформації, розширює знання і вміння, дає відповіді на запитання, а отже забезпечує впевненість і позитивно впливає на подальший результат праці.

Мотивація — ще одне завдання для керівника та ключ до формування «правильного» персоналу. Лише вмотивована людина зможе віддавати роботі більше і краще. Мотивацією для його підлеглого може стати: грошова винагорода, підвищення у посаді, проста похвала чи безперервний контроль з боку керівництва. Основне правило обслуговування — персонал повинен бути ввічливий, уважний і тактовний [3].

Етична культура праці визначається насамперед рівнем кваліфікації та професійної майстерності кадрів, їх загальноосвітньою підготовкою і передбачає достатній рівень їх загальної й професійної культури та етикету праці. Від працівників готелю вимагається наявність абсолютної дисципліни у виконанні професійних обов'язків, високого загальнокультурного рівня, дотримання правил професійного етикету.

У готельному господарстві якість послуги, насамперед, залежить від культури поведінки персоналу готелів, взаємодії персоналу і гостей, їх професійної підготовки. Найважливішою складовою культури обслуговування є якість наданої послуги. Якість послуги — це сукупність властивостей, які обумовлюють її здатність задовольняти певні потреби клієнтів. Успіх обслуговування залежить від спілкування працівника з клієнтом, між якими встановлюється довірна атмосфера. У працівника сервісу правила хорошого тону ніколи не залишаються на папері, а постійно використовуються в обслуговуванні клієнтів [4].

Культура означає «обробка, вдосконалення, освіта» і характеризуються як ступінь розвитку людини в тій чи іншій сфері життєдіяльності, показує, наскільки реалізуються творчі можливості людини та відповідність поведінки суспільним нормам моралі. Таким чином, культура поведінки працівників в сфері готельного сервісу виділяє: взаємодію з клієнтом і з персоналом, які мають на увазі спілкування з клієнтом та організацію проживання.

Головні завдання полягають в тому, щоб навчитися діловій етиці спілкування і стилю в обслуговуванні гостей та основні правила ведення телефонних розмов. Особливо важливим у готельному бізнесі є вміння спілкуватися з відвідувачами. Для цього персонал проходить спеціальне навчання, яке вчить як правильно вести телефонні розмови та вислуховувати скарги відвідувачів. Основна мета персоналу — турбота та вміння догодити клієнту.

Підвищення кваліфікації кадрів (персоналу) спрямоване на послідовне удосконалення професійних знань, умінь і навиків, зростання майстерності, професії. Підвищення кваліфікації — це навчання, направлене на підтримку і удосконалення професійного рівня, знань і умінь персоналу. Для цього організовуються виробничі курси, курси цільового характеру, школи передового досвіду і методів праці [1].

Потреба готельної індустрії в підвищенні кваліфікації її співробітників обумовлена: змінами зовнішнього і внутрішнього середовища, удосконаленням процесу управління, освоєнням нових видів і сфер діяльності. Підвищення кваліфікації персоналу повинно бути комплексним, поділеним на окремі категорії працівників, неперервним, зорієнтованим на перспективні професії.

Завданнями підвищення якості роботи персоналу є: ефективне виконання завдань; підвищення гнучкості управління і придатності до інновацій; кар'єрний зміст; освоєння нових професій; підвищення адаптації працівників до нової техніки та технології.

Сучасні програми підвищення якості роботи персоналу ставлять за мету навчити працівників самостійно думати, вирішувати проблеми, бути командою. Дають знання і бажання вчитись. Підвищення кваліфікації робітників здійснюється на виробничо-технічних курсах та курсах цільового призначення; керівників і спеціалістів — в інститутах та факультетах підвищення кваліфікації при вузах.

Підвищення кваліфікації є досить поширеною формою професійного навчання, вона є дешевшою, недовготривалою. Навчання проводиться висококваліфікованими вченими, педагогами і керівниками організації; враховуються індивідуальні інтереси слухачів; групові форми проведення активного навчання, практичних тренінгів та індивідуальної консультації. Цей метод дозволяє використовувати потенціал та інтереси окремого слухача, а також командний принцип; використання сучасних технічних засобів. Основою підвищення кваліфікації є гнучка програма навчання, що ґрунтується на базі навчальних модулів [7].

Прийняття в Україні відповідних законів, нормативних актів, концепції, науково-освітніх програм сфери туристичної діяльності та готельної справи засвідчують важливість цих видів економічної діяльності та увагу до них з боку держави. А це, в свою чергу, висуває нові вимоги до перспектив розвитку галузі та забезпечення її підготовленим персоналом.

Система підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації спеціалістів готельного господарства повинна формуватися таким чином: розширення ринку освітніх послуг з використанням різноманітних форм навчання; створення навчальних центрів перепідготовки та підвищення кваліфікації спеціалістів готельної галузі за європейськими стандартами; психологічна оцінка та відбір персоналу, атестація кадрів, формування кадрового резерву, планування кар'єри, формування команд, пошук шляхів підвищення ефективності праці персоналу.

Ефективне кадрове забезпечення повинно стати органічною складовою управління і мати такі основні напрямки: аналіз ринку праці та прогнозування його взаємозв'язків з зовнішніми джерелами, забезпечення кваліфікованих кадрів; аналіз кадрового потенціалу; потреба в персоналі; ринкові стратегії кадрового забезпечення; управління кадрами. Управління кадровим забезпеченням є складовою частиною управління готельним господарством. Його метою є задоволення потреб готельного комплексу в кваліфікованих кадрах і забезпечення високого рівня якості готельних послуг [5].

Зростання витрат праці на обслуговування клієнтів без відповідної якості послуг; дефіцит кваліфікованого персоналу на ринку готельних послуг, відсутність резерву підготовлених кадрів, необхідних для функціонування готелів у періоди сезонного навантаження-свідчить про невисокий рівень організації праці і підготовки кадрів для готельного господарства.

Сучасні дослідження показують, що на підприємствах готельного господарства спостерігається значна невідповідність наявного кадрового потенціалу та рівня розвитку галузі взагалі зростаючим потребам щодо обсягів і якості пропонованих нею послуг. Подальший розвиток сфери послуг на даний час висуває більше вимог до кадрового забезпечення готельного господарства та потребує нових підходів і значних інвестицій у формування кадрового потенціалу.

Для ефективного використання кадрового потенціалу в готельному господарстві країни необхідно поповнювати його молодими спеціалістами, які швидко адаптуються до загальносвітових стандартів обслуговування.

Висновки. На сьогодні відзначається погіршення якісного складу персоналу, недостатню увагу до підготовки кадрів та організації системи неперервної освіти відповідно до сучасних вимог, відсутність у більшості керівників і спеціалістів необхідного досвіду та знань щодо ефективного використання наявних ресурсів, кадрового потенціалу, формування конкурентоспроможної структури персоналу. Це призводить до спаду в економіці і кадровій ситуації, безсистемної роботи та порушень в управлінському циклі кадрового забезпечення готельного господарства.

Спостерігається дефіцит професійно відібраних, освічених працівників всіх рівнів та спеціальностей, що підтверджує необхідність розвитку галузі відповідно до західноєвропейських та світових стандартів та здійснення професійної підготовки для підвищення кваліфікації працівників готельного бізнесу відповідно до економічних змін та попиту на послуги, підвищення вимог до рівня освіченості, конкурентоспроможності спеціалістів на вітчизняному та світовому ринках праці.

Розроблено комплекс заходів для удосконалення якості підготовки та підвищення професійної, психологічної та соціальної сфер готельних послуг. Навчання кадрів готельного господарства, яке базується на розробці програми підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів; створення механізму сертифікації професійної діяльності готельних підприємств.

Література

1. Бунтова Н.В. Стратегічні напрями розвитку кадрового забезпечення готельного господарства України / Н.В. Бунтова // Демографія та соціальна економіка: Науково-економічний та суспільно-політичний журнал. — 2007. — Вип. 1/2007. — С. 125—131.
2. Гавкалова Н. Л. Теоретичні засади ефективного менеджменту персоналу / Гавкалова Н. Л. // Україна: аспекти праці. Наук.-екон. та сусп.-політ. журн. — 2005. — № 3. — С. 31—36.
3. Колот А. М. Соціально-трудові відносини: теорія і практика регулювання : монографія / А. М. Колот. — К. : КНЕУ, 2003. — 230 с.
4. Крушельницька Я. В. Оптимізація функціональних станів працівників як напрямок управління персоналом / Я. В. Крушельницька // Зайнятість та ринок праці. Міжвід. наук.

- зб. — К. : РВПС України НАН України. — 2004. — Вип. 9. — С. 52—59.
5. Онікієнко В.В. Методологія регулювання попиту і пропозиції робочої сили // Зайнятість та ринок праці: Міжвідомчий науковий збірник: Національна Академія наук України, Міністерство праці та соціальної політики України. — Вип. 18. — К.: РВПС України НАН України. — 2003. — С. 52—58.
 6. Терон І.В. Підвищення кваліфікації національної робочої сили як фактор зростання рівня конкурентоспроможності економіки України // Продуктивні сили і регіональна економіка: Зб.на у к. п раць: у 2 ч. / РВПС України НАН України. — К.: РВПС Ук раї ни НАНУ, 2004. — Ч.1. — С. 116—124.
 7. Гарбера О.Є. Сучасні тенденції розвитку світової готельної індустрії / Ольга Євгенівна Гарбера // Економічний часопис-XXI. — 2010. — № 11—12. — С. 37—41.

Е.В. Фісюк,

студентка Навчально-наукового інституту економіки,
оподаткування та митної справи
Університету державної фіскальної служби України
науковий керівник: ***К.Ф. Черкашина,***
кандидат економічних наук,
доцент кафедри банківської справи і фінансового моніторингу
Університету державної фіскальної служби України

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІНФЛЯЦІЇ ТА БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Безробіття та інфляція виступають як головні макроекономічні проблеми суспільства, які держава покликана вирішувати. Між цими економічними явищами існує взаємозв'язок, який суттєво ускладнює політику держави щодо боротьби з ними. Цей цей зв'язок є більш складним ніж це здається на перший погляд, який понад 40 років років декілька разів порушувався.

Усі країни світу прикладають чимало зусиль для подолання даного явища, але жодній ще не вдалося ліквідувати його повністю. Саме тому безробіття та інфляція є центральними соціальними проблемами сучасного суспільства.

Актуальність даного дослідження обумовлена ситуацією, що сформувалась на ринку праці України в останні роки, і, в першу чергу, рівень інфляції та рівень безробіття населення, які суттєво зросли в умовах світової економічної кризи і тим самим ще більше погіршили життєвий рівень населення.

Метою даного дослідження є прослідкувати темпи інфляції та безробіття в Україні за останні 5 років, визначити їх взаємозв'язок та проаналізувати важелі їх регулювання.

Об'єктами дослідження є інфляції та безробіття в Україні.

Предметом дослідження є взаємозв'язок інфляційних процесів та безробіття в Україні.

В науковій економічній літературі проблемам інфляції і безробіття присвячена низка праць, при цьому ці два найважливіші соціально-економічні явища господарської системи розглядаються у взаємозв'язку, оскільки одне завжди визначає розвиток іншого.

Проблемні питання аналізу інфляції і та безробіття населення знайшли своє відображення у роботах багатьох українських та зарубіжних економістів, зокрема таких як : С.Іванов, Г.Кондратьєв, Т.Чернишин, П.Нікіфоров, В.Пиц, Г.Мамонова, О.Піжук, Н.Тілікіна, В.Ярошенко, Т.Панюк, А.Оукен, Жан Батіст Сей та інші. Віддаючи належне доробку економістів з проблематики інфляції та безробіття слід зазначити, що в Україні ці дві проблеми залишаються вивченими недостатньо глибоко, тому є потреба в подальших наукових дослідженнях.

Безробіття — це соціально-економічне явище, в результаті якого частина працездатного населення не може знайти роботи, стає відносно надлишковою, поповнюючи резерв робочої сили, тобто це перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї [1, с. 390].

Масовий характер безробіття в Україні, можливість його загострення у зв'язку з нестабільністю державної економіки, особливо в умовах фінансово-економічної кризи, яка розпочалась у 2008 році, порушує практичне питання функціонування державної політики, спрямованої на вирішення проблеми зайнятості населення і подолання наслідків безробіття у ракурсі соціального захисту населення і ефективного управління зайнятістю в державі.

До основних факторів формування безробіття можна віднести: нестача сукупного ефективного попиту; недостатня мобільність робочої сили; структурні зрушення в економіці; дискримінація на ринку праці щодо жінок, молоді та національної меншості; демографічні зміни в чисельності та складі робочої сили; сезонні коливання в рівнях виробництва окремих галузей економіки [2, с. 112].

Перехід України до ринкової економіки призвів до значних змін умов господарської діяльності. В умовах економічної кризи більшість підприємств не готові до ефективного функціонування і самостійного вирішення проблем, успішної діяльності в умовах конкуренції та нестабільної державної політики. Вагомий внесок до формування безробіття здійснює прихована його форма, тобто небажання чи неможливість значної частини безробітних осіб працездатного віку реєструватися в службах зайнятості.

На основі даних Державної служби статистики України, ми провели розрахунок рівня безробіття в Україні за останні 5 років [3].

Рівень безробіття (P_6) розраховується як відношення чисельності безробітного населення ($Ч_6$) до чисельності економічно активного населення ($Ч$):

$$P_6 = (Ч_6) / Ч * 100\%$$

Таблиця 1

Роки	Чисельність безробітних, тис.осіб	Чисельність економічно активного населення, тис.осіб	Рівень безробіття, у %
2012	45,7	523,4	8,73
2013	44,4	524,6	8,46
2014	49,6	499,8	9,92
2015	50,8	496,6	10,23
2016	55,9	496,9	11,25

Тоді:

$$P_6 \text{ за } 2012 \text{ р} = (45,7 / 523,4) * \% = 8,73 \%$$

$$P_6 \text{ за } 2013 \text{ р} = (44,4 / 524,6) * \% = 8,46 \%$$

$$P_6 \text{ за } 2014 \text{ р} = (49,6 / 499,8) * \% = 9,92 \%$$

$$P_6 \text{ за } 2015 \text{ р} = (50,8 / 496,6) * \% = 10,23 \%$$

$$P_6 \text{ за } 2016 \text{ р} = (55,9 / 496,9) * 100 \% = 11,25 \%$$

Інфляція — це багатофакторний економічний процес, формою прояву якого є зростання цін. У результаті гроші знецінюються по відношенню до реальних активів. В цьому суть даного економічного явища. Проте не завжди підвищення цін на окремі товари чи послуги обов'язково переростають в інфляцію або мають її ознаки. Крім того, не завжди наслідки інфляції мають негативний характер.[4.с.13]

Антиінфляційні заходи повинні відповідати сучасному періоду, а тому мати гнучкість і коригуватися відповідно до темпів змін, які виникають в економіці на певних етапах її розвитку. Всі окремі етапи повинні логічно доповнювати один одного і діяти скоординовано і синхронно.[5] Основою ефективної боротьби з інфляцією в Україні повинні стати пріоритетні завдання виходу країни з сучасної економічної кризи, а саме:

— ефективна інвестиційна політика, яка повинна бути спрямована на розвиток найважливіших галузей економіки;

— реформування системи оподаткування. Нова податкова система повинна характеризуватися двома основними факторами: можливостями господарюючих суб'єктів (платників податків) і потребами бюджету, за умови узгодження потреб з господарюючими суб'єктами;

— реальна приватизація, котра дає можливість не тільки знизити видаткову частину держбюджету за рахунок ліквідації дотацій і субсидій, а й 16 завдяки отриманню коштів від реалізації об'єктів колишньої державної власності поповнити дохідну. Це є важливим тактичним заходом в боротьбі з інфляційними піками зростання цін.

На основі даних Державної служби статистики України ми розрахували індекс інфляції в Україні за останні 5 років відносно базисного місяця попереднього року [3].

Індекс споживчих цін (індекс інфляції) визначається як відношення ціни «ринкового кошика» даного року до ціни «ринкового кошика» базового року.

Обраний нами базисний місяць — грудень.

Таблиця 2

Роки	Ціна «ринкового кошика» даного року за грудень ,грн	Індекс інфляції даного року відносно попереднього, %
2012	1095	114,9
2013	1176	107,4
2014	1176	100
2015	1330	113,1
2016	1544	116,1

Тоді :

$$I_{ц}(2012р) = (1095/953) * 100\% = 114,9\%$$

(953 — ціна «ринкового кошика» 2011 року за грудень)

$$I_{ц}(2013р) = (1176/1095) * 100\% = 107,4 \%$$

$$I_{ц}(2014р) = (1176/1176) * 100\% = 100\%$$

$$I_{ц}(2015р) = (1330/1176) * 100\% = 113,1\%$$

$$I_{ц}(2016р) = (1544/1330) * 100\% = 116,1\%$$

На основі даних таблиці 1 і таблиці 2 побудуємо діаграму взаємозв'язку інфляції та безробіття в Україні.

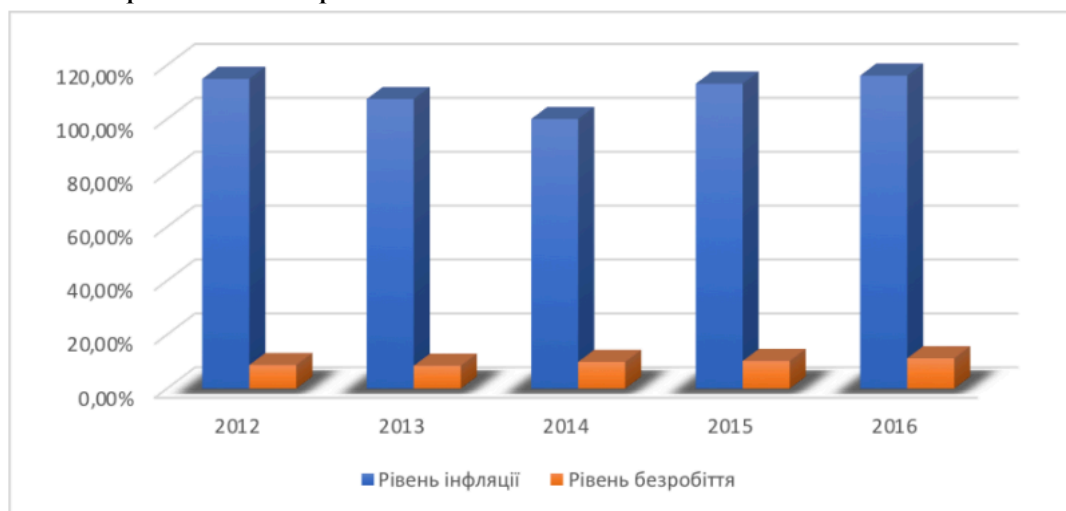


Рис.1. Взаємозв'язок інфляції та безробіття в Україні в період з 2012 року по 2016 рік.

Внаслідок впливу різноманітних фінансово — економічних чинників , ситуація щодо безробіття в Україні дещо змінювалась (рис.1). Так, у 2016 році рівень безробіття був найбільшим і становить 11,25 %, в той час коли у 2013 році рівень безробіття був найменшим , що становить 8,46 %. У загальному вигляді, рівень безробіття в Україні в період з 2012 року до 2016 року збільшувався.

Щодо інфляції, то у 2016 році рівень інфляції був найвищим, що становить 116,1 %, в той час коли у 2014 році рівень інфляції був найнижчим, що становить 100 %. У загальному вигляді, рівень інфляції до 2015 року знижувався, а потім підвищувався.

Отже, можна зробити висновок, що повністю дослідити взаємозв'язок інфляції та безробіття на основі статичних даних неможливо, так як завжди буде мати місце похибка. Проте тенденцію все ж встановити можна. Низький рівень інфляції підвищує рівень безробіття в країнах і економічне зростання не спостережується. І досягнення рівноваги в цьому випадку неможливе.

Висновки. Інфляцію і безробіття вважають двома основними факторами макроекономічної нестабільності. Вони будуть існувати, доки буде існувати економіка, а їхній тісний зв'язок завжди буде створювати труднощі. Основним інструментом вивчення їх взаємодії виступає крива Філіпса, яка показує існування зворотної залежності рівня безробіття приростом номінальної заробітної плати. У сучасному світі у кривій Філіпса замість темпів приросту номінальної заробітної

плати прийнято розглядати темпи приросту цін, тобто саму інфляцію. Якщо зростає заробітна плата, то зазвичай зростають і ціни. Проте точність даних про рівень інфляції і безробіття залежить також від рівня тіньової економіки, що приховує великий об'єм інформації. Кожна країна мусить шукати свої найбільш придатні шляхи регулювання інфляції та безробіття, у випадку якщо вони будуть не правильними, це може принести для країни більше шкоди ніж користі.

Література

1. Грішнова, О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини [Текст]: підручник / О. А. Грішнова — [5-те вид., оновлене]. — К.: Знання, 2011. — 390 с.
2. Гальків Л.І. Втрати людського капіталу України: чинник безробіття / Економіка і регіон № 2 (21) — 2009 — ПолтНТУ. — С. 110—113.
3. Статистичні дані Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/demografichna-ta-sotsialnaya-politika/rinok-pratsi/1734-1-8-1-zajnyatist-ta-bezrobittya/1784-osnovni-pokazniki-rinku-praci-richni-pokazniki.html>
4. Мельник О. Антиінфляційна політика як фактор економічного зростання в Україні // Банківська справа. — 2000. — № 3. — С. 11—16.
5. Фінансовий портал Минфин [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/index/infl/>

О.В. Швидка,

студентка факультету маркетингу

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

науковий керівник: **О.В. Кислицина,**

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного менеджменту

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

КІЛЬКІСНЕ ВИМІРЮВАННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Глобалізація — це процес, який з кожним роком охоплює все більшу кількість країн, впливаючи на економічне зростання країни, соціальну та політичну складові, культуру країни. Оскільки різні регіони світу охоплені глобалізацією неоднаково, постає питання кількісного вимірювання цих процесів, яке давало б змогу встановити їхню глибину та масштаб охоплення.

Під глобалізацією розуміють об'єктивний процес формування, функціонування та розвитку принципово нової всесвітньої системи відносин між країнами і народами на підставі взаємозв'язку та взаємозалежності, що поглиблюються у всіх сферах життєдіяльності світового співтовариства [1].

Глобалізація охоплює всі сфери життєдіяльності як країни в цілому, так і окремої людини. Завдяки глобалізаційним процесам відбувається посилення зв'язків між віддаленими куточками планети, формуються глобальні ринки праці, фінансових та виробничих ресурсів, здійснюється міжнародний обмін технологіями, змінюються та об'єднуються культури країн тощо.

Для вимірювання ступеня глобалізаційних процесів використовують різні методи, що дозволяють оцінити та проаналізувати ступінь залучення в світове

господарство. Так, індекс КОФ, що був розроблений швейцарським інститутом бізнесу і визначається раз на рік, починаючи з 2002 р. До складу індексу КОФ входять змінні, що вимірюють економічні, соціальні та політичні аспекти глобалізації. При визначенні індексів кожна із змінних, наведених вище, перетворюється в індекс за шкалою від одного до ста [2].

Проаналізувавши динаміку індексу глобалізації КОФ протягом 2014 — 2017 рр. можна дійти висновку, що до трійки лідерів рейтингу незмінно входять Нідерланди, Ірландія та Бельгія.

Лідером рейтингу з сумарним індексом 92,84 в 2017 р. є Нідерланди. За рейтингом в субіндексах Нідерланди зайняли такі місця: індекс економічної глобалізації склав 93,06 балів і країна посіла 4 місце, індекс політичної глобалізації — 95,41 бали і країна зайняла також 4 місце, індекс соціальної глобалізації — 90,71 бали, згідно якого країна посіла 5 місце. Хоча, цікавим фактом є те, що лідером в рейтингу економічної та соціальної глобалізації є Сінгапур з відповідними показниками — 97,77 і 91,61, але в загальному рейтингу країна зайняла 20 місце, через те, що в політичній глобалізації країна зайняла 134 місце.

Україна за індексом глобалізації КОФ станом на 2017 р. з 70,24 балами, зайняла 45 місце серед 207 країн та випередила відразу трьох географічних сусідів — Росію, яка отримала 68,25 балів і посіла 48 місце, Молдову, яка отримала 61,39 і посіла 74 місце та Білорусь, яка отримала 60,76 і посіла 75 місце. У рейтингу Україна розташувалася між Тайландом та Сербією [2].

Проте, можна відзначити зниження Індексу глобалізації КОФ у 2017 році для України порівнюючи з 2016 на 0,47 бали, що в свою чергу спричинило падіння країни з 41 на 45 місце. Також 2016 рік став піком глобалізаційних процесів України протягом останніх 4-х років спостережень.

Іншою методикою, яка дозволяє виміряти глобалізаційні процеси є Global Cities Index, який публікується Міжнародною консалтинговою компанією A.T. Kearney. Global Cities Index розраховується за п'ятьма категоріями — рівнем ділової активності, людськими ресурсами, станом обміну інформацією у місті, досвідом діяльності у сфері культури, представництвом населення у місцевій політиці [3].

У 2017 р. до п'ятірки найглобалізованіших міст увійшли Нью Йорк, Лондон, Париж, Токіо та Гонконг, що свідчить про те, що ці мста є найкращим місцем для залучення та збереження світового капіталу, людей та ідей в найближчі роки.

Таким чином, глобалізація — це явище, яке носить змінний характер та не має еталонного значення. Аналіз глобалізаційних процесів, на основі індексу КОФ, для країн з найвищим рівнем показав відносну постійність. Дані про економічну глобалізацію країн є недостатньо висвітленими, на відміну від інформації, яка необхідна для визначення індексу політичної глобалізації та є доступною та відкритою. Що стосується України, то для неї характерний вище середнього рівень залучення до глобалізаційних процесів.

Індекси представляють собою дослідницький інструмент, що дозволяє робити порівняння між країнами та оцінювати показники їх розвитку.

Література

1. Куцик П.О. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку: монографія / П. О. Куцик, О. І. Ковтун, Г. І. Башнянин. — Львів: Видавництво ЛКА, 2015. — 594 с.
2. KOF Index of Globalization [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://globalization.kof.ethz.ch/>
3. Global Cities 2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.atkearney.com/global-cities>

УДК 657.1

Д.О. Шматко,

студентка Навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС»
Сумського державного університету

О.В. Кравченко,

кандидат економічних наук, Навчально-науковий інститут бізнес-технологій «УАБС»
Сумського державного університету

ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

Анотація. Стаття присвячена висвітленню методичних основ організації обліку фінансових інвестицій в бюджетних установах. Проаналізовано сутність фінансових інвестицій, нормативно-правову базу з питань регулювання їх обліку. Проведено порівняння вітчизняної та міжнародної практики, визначено недоліки та надано пропозиції щодо їх усунення.

Ключові слова: фінансові інвестиції, бюджетні установи, визнання, оцінка.

Постановка проблеми. Процес реформування бухгалтерського обліку в державному секторі призвів до змін у порядку класифікації, визнання, відображення в обліку та звітності об'єктів, в тому числі й фінансових інвестицій. На сьогодні вони є відносно новим та недостатньо дослідженим явищем у діяльності суб'єктів бюджетної сфери. Саме тому дослідження питань стосовно організації обліку фінансових інвестицій суб'єктами державного сектору в напрямку підвищення якості інформації про їх наявність та рух є актуальними.

Стан дослідження. Питаннями дослідження визначення сутності фінансових інвестицій займалися такі відомі вчені, як Ф. Ф. Бутинець, А. А. Бойчук, О. М. Бондаренко, О. М. Ганяйло, С. Ф. Голов та інші. Економічна природа фінансових інвестицій висвітлена у працях таких авторів, як П. І. Вахрін, В. М. Гончаров, М. П. Денисенко та інші. Проте, незважаючи на численні дослідження, з урахуванням проведеного реформування організації облікового процесу в державному секторі економіки, окремі питання щодо фінансових інвестицій залишаються не вивченими.

Метою проведення дослідження є висвітлення основних аспектів щодо сутності та обліку фінансових інвестицій у бюджетному секторі України, порівняння вітчизняної та міжнародної практики, визначення існуючих недоліків, надання пропозицій щодо їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Господарські операції із фінансовими інвестиціями не є характерними для звичайної діяльності бюджетних установ, тому потребують більш детального тлумачення, незважаючи на те, що норми щодо їх обліку та звітності за новими правилами існують вже понад три роки [1].

З 2017 року відбулися суттєві зміни в системі бюджетного обліку що максимально наблизили його до світової практики, а відтак такі зміни вплинули на особливості обліку фінансових інвестицій у державному секторі економіки.

Дослівно термін «інвестиції» перекладається з латинського «invest» як «одягати, вкладати». У найбільш широкому трактуванні інвестиціями є вкладення капіталу з метою поступового їх збільшення.

В економічній літературі під терміном «фінансові інвестиції» розуміються активи, які утримуються підприємством з метою збільшення прибутку (відсотків, дивідендів тощо), зростання вартості капіталу або інших вигід для інвестора. Цей термін означає також вкладення коштів у різні фінансові активи, серед яких найзначнішу частку становлять цінні папери.

Тобто фінансова інвестиція передбачає придбання корпоративних прав, цінних та інших фінансових інструментів.

Основні принципи оцінки та відображення в обліку фінансових інвестицій державного сектору визначені НП(С)БОДС 133 «Фінансові інвестиції».

Згідно з цим документом: «фінансові інвестиції - це активи, які утримуються (контролюються) суб'єктом державного сектора з метою отримання економічних вигід від їх володіння» [2].

Фінансові інвестиції визнаються у разі, якщо суб'єкт державного сектору здійснює контроль за фінансовими інвестиціями, їх оцінка може бути достовірно визначена та існує імовірність отримання суб'єктом державного сектору економічних вигід або потенціалу корисності [2].

Фінансові інвестиції первісно оцінюються та відображаються у бухгалтерському обліку за собівартістю. Собівартість фінансової інвестиції складається з ціни її придбання, комісійних винагород, податків, зборів та інших витрат, безпосередньо пов'язаних з придбанням фінансової інвестиції.

Якщо придбання фінансової інвестиції здійснюється шляхом обміну на цінні папери власної емісії, то собівартість фінансової інвестиції визначається за балансовою вартістю переданих цінних паперів.

Якщо придбання фінансової інвестиції здійснюється шляхом обміну на інші активи, то її собівартість визначається за балансовою вартістю цих активів.

Дивіденди та відсотки, що підлягають отриманню за фінансовими інвестиціями, відображаються у складі фінансових доходів від обмінних операцій [2].

Перекладаючи сучасну правову базу відносно державних інвестицій, зокрема фінансових, на бюджетний процес, їх можна узагальнено представити наступним чином:

1. Внесення (розміщення) бюджетних коштів у дохідні види фінансових інструментів. Ця форма фінансового інвестування спрямована на ефективне використання тимчасово вільних грошових коштів державного та/або місцевих

бюджетів. Основним видом такого інвестування є депозитний внесок у комерційних банках. Як правило, ця форма використовується для короткострокового інвестування бюджетних коштів (у межах поточного бюджетного року). Її головною метою повинно бути генерування додаткового доходу для відповідного бюджету.

2. Внесення бюджетних коштів до статутних фондів державних або комунальних підприємств. Ця форма фінансового інвестування сприятиме стабілізації їх фінансово-господарської діяльності, покращенню стану розрахунків, більш ефективному використанню майна державної і комунальної власності, оновленню виробничих потужностей, технічної бази. Фінансові інвестиції з відповідного бюджету у відтворення (поповнення) статутних фондів інших юридичних осіб здійснюються у формі капітальних вкладень.

3. Внесення бюджетних коштів у дохідні види фондових інструментів. Ця форма фінансових інвестицій характеризується внесенням капіталу в різноманітні види цінних паперів, що вільно обертаються на фондовому ринку, для отримання доходу. У державному секторі їх застосування при виконанні бюджетів має певні особливості, зокрема, в частині обмеженості учасників бюджетного процесу, які мають право на застосування таких інструментів.

Методологічні засади обліку фінансових інвестицій за міжнародними стандартами бухгалтерського обліку для державного сектору визначені у МСБОДС 7 «Облік інвестицій в асоційовані компанії». Даний стандарт базується на аналогічному міжнародному стандарті для комерційних підприємств, а саме МСБО 28 «Облік інвестицій в асоційовані компанії».

НП(С)БОДС 133 «Фінансові інвестиції» та МСБОДС 7 «Облік інвестицій в асоційовані компанії» мають багато спільних рис, однак поряд з цим можна виділити і деякі відмінності (табл. 1.).

Таблиця 1

**Порівняння міжнародного та національного стандартів
з обліку фінансових інвестицій**

Порівняльна ознака	НП(С)БОДС 133 «Фінансові інвестиції»	МСБОДС 7 «Облік інвестицій в асоційовані компанії»
Оцінка фінансових інвестицій при їх надходженні	Собівартість фінансової інвестиції складається з ціни її придбання, комісійних винагород, податків, зборів та інших витрат, безпосередньо пов'язаних з придбанням фінансової інвестиції. При придбанні шляхом обміну на цінні папери власної емісії, то собівартість визначається за справедливою вартістю переданих цінних паперів.	Собівартість включає: - витрати на придбання (комісійні винагороди, податки та банківські збори); - при придбанні шляхом випуску акцій чи інших цінних паперів, вартістю придбання є справедливою вартістю; - при придбанні шляхом обміну на інший актив, вартістю придбання визначається виходячи із справедливої вартості активу, що обмінювався

	При придбанні шляхом обміну на інші активи, то собівартість визначається за балансовою вартістю переданих активів.	
Оцінка фінансових інвестицій на дату балансу	- відображаються за справедливою вартістю (крім інвестицій, що утримуються підприємством до їх погашення або обліковуються за методом участі в капіталі); - фінансові інвестиції, що утримуються підприємством до їх погашення, відображаються за амортизованою собівартістю фінансових інвестицій; - фінансові інвестиції в асоційовані та дочірні підприємства та в спільну діяльність зі створенням юридичної особи відображаються за вартістю, що визначена за методом участі в капіталі.	Інвестиції, які класифікуються як поточні активи, слід відображати: - за ринковою вартістю; - за нижчою з двох оцінок: собівартістю чи ринковою вартістю. Інвестиції, які класифікуються як довгострокові активи: - за собівартістю; - за сумою переоцінки; У випадку придбання ринкових цінних паперів, що надають право власності, - за нижчою з двох оцінок: собівартістю або ринковою вартістю, визначеною на основі інвестиційного портфеля.

Отже, національні та міжнародні стандарти прирівнюють фінансові активи до фінансових інструментів. Фінансові інвестиції у бюджетному процесі — це вкладення з боку держави (державного, місцевих бюджетів) капіталу (активів) у фондові та грошові фінансові інструменти, статутні капітали юридичних осіб з метою отримання доходу та/або зростання (збереження) вартості капіталу [4].

Для обліку та узагальнення інформації про наявність та рух довгострокових фінансових інвестицій у цінні папери та до статутних капіталів підприємств, обліку довгострокових векселів одержаних та інших довгострокових фінансових активів призначено рахунок 25 «Довгострокові фінансові інвестиції та інші фінансові активи». Відносно обліку наявності та руху поточних фінансових інвестицій, короткострокових векселів та інших поточних фінансових активів застосовується рахунок 26 «Поточні фінансові інвестиції та інші фінансові активи» Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі [5].

Висновки. Питання оцінки фінансових інвестицій за національними та міжнародними стандартами бухгалтерського обліку у державному секторі економіки є дещо відмінними, що має вплив на валюту балансу.

Ознайомившись більш детально із законодавством і практикою його застосування стосовно фінансових інвестицій, висновки можуть бути такі:

1) якщо вкладення активів (бюджетних коштів) здійснюються з боку держави чи органу місцевого самоврядування в інструменти фінансового інвестування, то це повинно бути підтверджено отриманням доходу до відповідного бюджету та/або зростанням (збереженням) вартості капіталу, відображено у фінансовій звітності розпорядника і одержувача бюджетних коштів. Фактично при здійсненні таких операцій активи бюджету трансформуються із коштів у цінні папери (еквівалент коштів) або корпоративне право — право державної або комунальної власності на

статутний фонд (капітал) юридичної особи або його частку (пай);

2) серед низки фінансових інвестицій при виконанні бюджетів за видатками (кошторисів бюджетних установ) найбільш застосованими у практиці є фінансові інвестиції у формі вкладення бюджетних коштів до статутних фондів державних або комунальних підприємств. Для застосування інших інструментів фінансового інвестування розпорядник бюджетних коштів повинен мати підстави, закріплені у законодавстві;

3) об'єктом бухгалтерського обліку фінансових інвестицій є актив, що контролюється розпорядником бюджетних коштів та використання якого, як очікується, приведе до надходження економічних вигод відповідному бюджету у майбутньому або їх збереження.

Отже, враховуючи результати проведеного дослідження, можна зробити висновок, що фінансові інвестиції є новими та специфічними об'єктами обліку для установ державного сектору, проте набувають певного поширення. Для їх ефективного бухгалтерського обліку установам необхідно обрати інструменти облікової політики.

Література

1. Фінансові інвестиції: визначення, застосування, облік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua/articles/buhgalterskiy-oblik/finansovi-investitsiyi-viznachennya-zastosuvannya-oblik/><https://buhgalter.com.ua/articles/buhgalterskiy-oblik/finansovi-investitsiyi-viznachennya-zastosuvannya-oblik/>
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 133 «Фінансові інвестиції» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/natsstandarti-buhobliku-v-derzhavnomu-sektori/natsionalne-polozhennya-standart-buhgalterskogo-obliku-v-derzhavnomu-sektori-133-finansovi/>
3. Сушко Н. Облік фінансових інвестицій у бюджетних установах / Н. Сушко / «БАЛАНС-БЮДЖЕТ». — 2016. — № 17 (585). — С. 15–20. Режим доступу до журн.: https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiv0_33v43XAhVELxoKHXXBQgQFgg_MAM&url=https%3A%2F%2Fbalance.ua%2Ffiles%2Fproducts%2F7bxD6l461uVv3IovoeAF%2Fbalans-budget_10098_theme1_25_04_16_ua%2Fpdf&usg=AOvVaw0UBolYOTIr-jAEsdcCZsC
4. Чечуліна О. Фінансові інвестиції: визначення, застосування, облік / О. Чечуліна / «БЮДЖЕТНА БУХГАЛТЕРІЯ». — 2017. — № 24/1. Режим доступу до журн.: <https://i.factor.ua/ukr/journals/bb/2017/june/issue-24/1/article-28531.html>
5. Порядок застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі 25 «Довгострокові фінансові інвестиції та інші фінансові активи», 26 «Поточні фінансові інвестиції та інші фінансові активи» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/buhgalterskiy-oblik/poryadok-zastosuvannya-planu-rahunkiv-buhgalterskogo-obliku-v/>

МАТЕМАТИЧНІ ТА ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ МЕТОДИ ЕКОНОМІКИ

УДК 330.47

Н.А. Гетьман, О.В. Деряга,

студенти Навчально-наукового інформаційних технологій та менеджменту
Університету державної фіскальної служби України

С.Д. Мамченко,

кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри економічної кібернетики
Університету державної фіскальної служби України

ДОСЛІДЖЕННЯ НЕЛІНІЙНИХ МОДЕЛЕЙ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ЗАСОБАМИ MATLAB

Анотація. У статті проаналізовано концепцію синергетики щодо еволюції економічних систем та наведено приклад дослідження засобами системи MatLab нелінійної моделі на наявність біфуркацій.

Ключові слова: синергетика, біфуркація, аттрактор, детермінований хаос, біфуркаційна діаграма, самоорганізація, фрактал, система MatLab.

Постановка проблеми. Центральним принципом неокласичної теорії є прагнення економічної системи до рівноваги, а економічний розвиток підпорядковується певній меті: максимум функції корисності, мінімум витрат, максимум прибутку тощо. Логічна завершеність і прозорість математичних формулювань неокласичної теорії роблять її зручним інструментом для досліджень, але водночас породжують міф загальності принципу рівноваги. Проте такий підхід безсилий адекватно описати поведінку нерівноважних відкритих економічних систем. В рамках теорії загальної рівноваги не можна отримати відповіді на питання про причини науково-технічного прогресу, інституційних змін. Більш загальним підходом є підхід еволюційної економіки, заснованої на теорії самоорганізації, тобто синергетичний підхід. Основи теорії самоорганізації було закладені працями багатьох вчених. Серед них Л. Больцман і А. Пуанкаре — основоположники відповідно статистичного і динамічного опису складних рухів; О. Ляпунов — один з творців теорії стійкості, що була покладена в основу теорії самоорганізації. Значний вклад у розвиток теорії динамічних систем внесли А. Колмогоров, Л. Мандельштам, А. Андронов, Н. Крилов, Л. Ландау та багато інших вчених. На становлення синергетики як науки вплинули фундаментальні

результати, одержані Г. Хакеном, І. Пригожиним, І. Стенгерсом, Б. Мандельбротом, Р. Томом, В. Арнорльдом.

Синергетичний підхід у дослідженні систем має певні переваги в тому відношенні, що він ґрунтується на більш глибокому розумінні єдності і різноманітності світу, осмисленні загальних механізмів виникнення і розвитку нового на основі процесу самоорганізації, виявленні протилежних, але взаємозв'язаних тенденцій в розвитку систем, які переходять одна в одну, проявляючи свій динамічний характер. Результати досліджень І. Пригожина та І. Стенгера не тільки переконливо доводять, що в оточуючому нас світі діє і детермінізм, і випадковість, але й простежують, яким чином необхідність і випадковість прекрасно погоджуються, доповнюючи одна одну. Сьогодні на перший план виходять завдання пошуку єдиних механізмів у нелінійних системах різної природи.

Прогресуюча глобалізація, посилення впливу інформаційно-комунікаційних систем, зростання ролі інформаційних ресурсів у сучасній світовій економіці посилюють нелінійність зв'язків, що робить дослідження динаміки економічних систем особливо актуальною проблемою. Про це свідчать численні міжнародні наукові конференції та наукові публікації, присвячені даній проблематиці.

Виклад основного матеріалу. Ключовими поняттями якісного синергетичного аналізу є: “атрактор”, “біфуркація”, “детермінований хаос”, “фрактал”, “самоорганізація”. Атрактор — це множина, до якої з часом “притягуються” траєкторії системи. У випадку нелінійної динамічної системи можуть виникати складні, неперіодичні коливання. При цьому поведінка детермінованої системи зовні нагадує випадковий процес. Натомість траєкторії у фазовому просторі зосереджуються у певній скінченній області, яка може мати складну структуру - хаотичний атрактор. Хаотичний атрактор має властивість самоподібності, і близькі траєкторії в ньому з часом розходяться на велику відстань, ретельно перемішані. Тобто, на відміну від регулярних атракторів - точки, граничного циклу та тору - є фракталом, розмірність якого не є цілим числом. У фазовому просторі, розмірність якого дорівнює трьом, може виникати дивний атрактор, розмірність якого більша двох але менша трьох. За таких умов стан системи називають детермінованим хаосом. Детермінований хаос — це особливий стан системи [1]. Його відкриття стало значним науковим феноменом і початком формування “нелінійного” світогляду. У цьому стані при малих збуреннях параметрів система може стати нестійкою і кардинально змінювати траєкторію. Управління і прогнозування розвитку системи стає практично неможливим.

Флуктуації — випадкові відхилення параметрів функціонування від їх середнього значення — відіграють важливу роль в еволюційному процесі синергетичної системи. При певних умовах флуктуації, узгоджуючись, виростають до таких масштабів, що можуть послужити початком створення нової структури, нового порядку, тобто порядок забезпечується через флуктуації (принцип І.Пригожина). У такий спосіб відбувається підготовка для подальшого розвитку, система виявляється в збудженому (критичному) стані. Поступово коливання економічних параметрів посилюються. Коли значення флуктуючих параметрів

перевищать критичні значення і потужність стабілізуючих дій, настає момент, коли як завгодно мала зміна параметрів призводить до стрибкоподібного переходу економічної системи в якісно інший стан. Так настає біфуркація. Термін біфуркація означає роздвоєння, вітвлення фазової траєкторії системи. Для синергетичних систем притаманна властивість “самоорганізованої критичності”, яка полягає у тому що система час від часу відтворює критичний стан. На думку А. Пуанкаре — висловлену досить давно, але шановану і донині — простір нелінійних систем величезний, натомість кількість характерних для них біфуркацій невелика. Дослідження біфуркацій у нелінійних динамічних системах є одним із завдань синергетики і базується на теорії біфуркацій [2], яка є однією з основ нелінійної динаміки. Основним математичним апаратом нелінійної динаміки є нелінійні рівняння в частинних або в звичайних похідних та їх системи, або ж нелінійні різниці рівняння та їх системи. Однак частина таких задач не має аналітичного рішення, тому використовуються числові алгоритми їх розв’язання та побудови фазових та біфуркаційних діаграм. Побудови фазових і біфуркаційних діаграм зумовлена необхідністю аналізувати довгострокову динаміку системи, а також виявлення локальних особливостей поведінки системи.

Нелінійна динамічна модель об'єкта, яким може бути як окреме підприємство так і ринок чи навіть вся економіка в цілому, дозволяє аналізувати можливі сценарії розвитку системи. Для дослідження нелінійних динамічних систем використовують спеціальні математичні методи і моделі, вбудовані у комп'ютерні програмні системи. Однією з таких програмних систем є система MatLab, яка має потужні інструментальні засоби [3], і успішно застосовується у дослідженні нелінійних моделей економічних систем. Розглянемо приклад побудови нелінійної моделі економічної системи - ринку, контрольованого двома продавцями певного товару (чи послуги), які не пов'язані між собою жодними домовленостями, тобто дуополії. Прибутки кожної фірми визначаються як різниця між доходом від реалізації даного товару (послуги) та витратами на його виробництво у кожному часовому періоді:

$$\pi(i) = p(Q)q_i - c_i q_i,$$

де $q_i = q_i(t)$ - кількість конкурентоспроможного товару (послуг) i -тої фірми у часовому періоді t ; $Q = q_1 + q_2$ - попит у часовому періоді t ; c_i - витрати на одиницю товару (послуг) i -тої фірми, екзогенні параметри моделі; $p(Q)$ — ринкова ціна одиниці товару (послуги); $i = \{1, 2\}$; t — часовий період. Попит на товар (послугу) будемо вважати обернено пропорційним ціні. Тоді ціна у часовому періоді t буде:

$$p(t) = \frac{1}{q_1 + q_2}.$$

Отже прибуток i -тої фірми обчислюватиметься за формулою:

$$\pi_i = \frac{q_i}{q_1 + q_2} - c_i q_i.$$

Кожна фірма прагне максимізувати свій прибуток. Застосовуючи метод Лагранжа для розв’язання оптимізаційної задачі, отримаємо розв’язок:

$$\begin{cases} q_1 = \sqrt{\frac{q_2}{c_1}} - q_2; \\ q_2 = \sqrt{\frac{q_1}{c_2}} - q_1. \end{cases}$$

Оскільки фірма приймає рішення про оптимальний розмір випуску товару (послуги) у наступному часовому періоді $t+1$, то можна скласти таку дискретну модель взаємодії фірм на ринку:

$$q_1(t+1) = \begin{cases} \sqrt{\frac{q_2(t)}{c_1}} - q_2(t); & q_2(t) \leq \frac{1}{c_1}; \\ q_1(t); & q_2(t) > \frac{1}{c_1}; \end{cases}$$

$$q_2(t+1) = \begin{cases} \sqrt{\frac{q_1(t)}{c_2}} - q_1(t); & q_1(t) \leq \frac{1}{c_2}; \\ q_2(t); & q_1(t) > \frac{1}{c_2} \end{cases}$$

Бачимо, що рівноважні значення кількості товару (послуг) залежать тільки від параметрів витрат. Отже, при флуктуації параметрів c_1 і c_2 будуть змінюватися рівноважні значення в різні часові періоди. Дослідимо цей процес і графічно представимо зміни рівноважних значень в залежності від зміни параметрів витрат c_1 і c_2 . Оскільки модель є симетричною для кожної з фірм, то можна дослідити лише вплив параметра c_1 на змінну $q_1(t)$. Проведемо це дослідження у системі MatLab.

Введемо у командне вікно програмний код:

<pre> M1=2000; M2=700; q1=zeros(M2,1); q2=zeros(M2,1); C2=1; for C1=0.5:0.0005:6.25 q1(1)=0.5; q2=0.1; for n=1:M1 q1(1)=(q2(1)/C1)^(1/2)-q2(1); q2(1)=(q1(1)/C2)^(1/2)-q1(1); end; </pre>	<pre> for n=1:M2-1 q1(n+1)=(q2(n)/C1)^(1/2)-q2(n); q2(n+1)=(q1(n)/C2)^(1/2)-q1(n); end; plot(C1*ones(M2,1),q1,',' , 'markersize',2); hold on; grid; end; title('Біфуркаційна діаграма'); xlabel('C1'); ylabel('q1'); set(gca, 'xlim', [5.75 6.25]) </pre>
---	---

Після виконання заданої програми буде виведено графічне вікно, в якому відображена біфуркаційна діаграма моделі, подана на рис.1.

Біфуркаційна діаграма свідчить про наявність серії біфуркацій, внаслідок яких модельна система переходить до стану детермінованого хаосу. Ретельно аналізуючи біфуркаційну діаграму, можна отримати цінну інформацію.

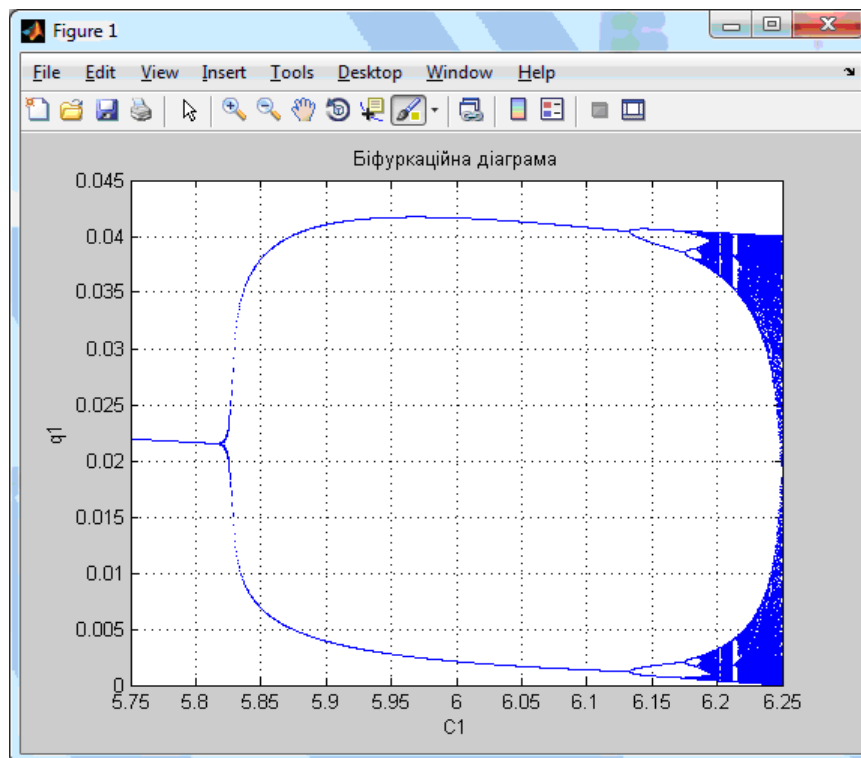


Рис. 1. Біфуркаційна діаграма моделі

Висновки. “Проектування майбутнього”, пошук стійких і безпечних траєкторій розвитку економічних систем має безпосереднє відношення до синергетики та її математичних та інструментальних методів. Нелінійні динамічні моделі економічних процесів дозволяють виявити якісні закономірності і тенденції розвитку, зрозуміти і передбачити можливі сценарії розвитку, а в деяких випадках дати кількісну оцінку економічних показників.

Література

1. Швець О.Ю. Детермінований хаос: навчальний посібник / О.Ю.Швець. — Київ: НТУУ “КПІ”, 2010. — 93 с.
2. Малинецкий Г.Г. Математические основы синергетики / Г.Г.Малинецкий. — Москва: Ленанд, 2017. — 304 с.
3. Дьяконов В. П. MATLAB. Полный самоучитель / В.П.Дьяконов. — Москва: ДМК Пресс, 2012. — 768 с.

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Т.А. Дейнека,

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки
Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

РОЛЬ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ У РОЗВ'ЯЗАННІ / ЗАГОСТРЕННІ СУПЕРЕЧНОСТЕЙ СУЧАСНОГО ТРАНСФОРМАЦІЙНОГО ПЕРІОДУ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Сучасний період світового розвитку є етапом корінної соціально-економічної трансформації, що відбувається в умовах глобалізації. Її особливістю є те, що саме у цей час об'єктувалась визначальна для подальшого розвитку людства тенденція поступового формування постіндустріальної економіки та ноосферного суспільства. Однак перехідний період до постіндустріалізму є одночасно істотно кризогенним, внаслідок назрівання в надрах «старих» індустріальних відносин конфліктів, що в решті виявляють себе в усіх сферах діяльності суспільства — економічних, політичних, соціальних та духовних.

З глобалізацією як явищем та процесом середини ХХ ст. пов'язаний розвиток і функціонування світової економіки періоду пізнього індустріалізму. Вона ж (глобалізація) як визначальне явище сучасності та детермінуючий системну трансформацію процес, супроводжує поступовий занепад цієї історичної форми господарського життя і становлення нової — постіндустріальної. Глобалізація і подальший розвиток суспільства взаємопов'язані, оскільки постіндустріальна економіка можлива лише за умов набуття глобалізацією ознак всезагальності. Ще однією (не менш важливою) вимогою переходу суспільства до постіндустріальної економіки та побудові ноосферного суспільства є гармонізація всіх сфер життя планетарного соціуму, що можливо лише за умови панування в світі гуманістичної глобалізації (рис. 1).

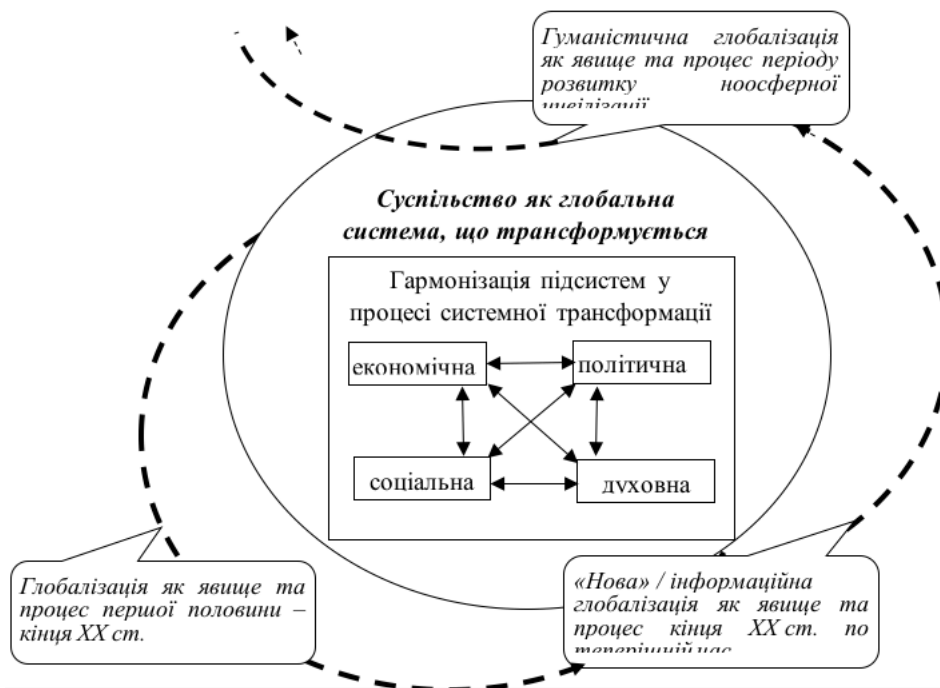


Рисунок 1. Гармонізація економічної, політичної, соціальної, духовної сфер суспільства в умовах зміни форм глобалізації

Дійсно, у наш час система індустріалізму майже вичерпала потенціал розвитку. Відбувається перехід суспільства до постіндустріалізму та поступово затверджується принципи гуманізму і ноосферного розвитку світової цивілізації. Однак корінна трансформація в масштабах мегасоціуму надскладний, тривалий та суперечливий процес. Особливою ознакою його першого (сучасного) етапу — є зростання конфліктності. Її найбільш очевидними проявами в економіці стали світова криза та уповільнення темпів зростання, в політиці — протистояння сил найбільш впливових учасників міжнародного політичного процесу (США, Росії, ЄС, Китаю), в соціальній сфері — нерівність, яка зростає високими темпами, в духовній — боротьба ідеологій за домінування в свідомості суспільства, з одного боку, морально-етичних цінностей, а, з іншого, ринкових.

Також суперечливість сучасного етапу розвитку світового суспільства істотно зумовлена глобалізацією. Як явище вона є чинником, що якісно змінює існуючі історичні умови суспільного життя, а, як процес — активно еволюціонує. У нинішньому трансформаційному періоді розвитку світового суспільства глобалізація вже не є тією дифузною, переважно ринковою глобалізацією, що була властива періоду середині XX ст. Проте вона також ще не стала глобалізацією гуманістичною. Її нинішньою формою є «нова глобалізація». Це глобалізація цифрової ери, але розуміння її внутрішнього змісту виходить за межі поняття «інформаційна глобалізація». Процес «нової глобалізації» істотно опосередковується діяльністю ТНК, а нове, як зазначають науковці [1, с. 120—122], полягає у тому, що є поряд з ІКТ, відбуваються зміни в геополітиці та геоekonomіці і, взаємозв'язок названих процесів є нині набагато сильнішим, ніж до цього.

«Нова глобалізація» є суперечливим феноменом сучасності як суперечливими є власне всі інші процеси та явища трансформаційного (перехідного до постіндустріалізму) періоду. Зважаючи на це, майбутнє суспільства буде залежати від того, на скільки людство слідуватиме принципам гуманізму: чи буде примножуватись позитивний ефект розвитку через досконалість суспільства, чи навпаки, зростатиме соціально-економічна нерівність, геополітична конфронтація, міжнаціональна ворожнеча, знецінення духовності та культури тощо. Відповідно, чим більше буде відповідати принципам гуманізації глобалізація, тим більше виникатиме підстав вважати, що розвиток суспільства відбувається, на засадах моделі «хороше життя» (за термінологією Е. Фелпса [2]); тим ближче його стадія до торжества ідей справедливості, добробуту всіх членів соціуму, духовності, високої моралі.

Література

1. Сакс Д. Цена цивилизации / Д. Сакс [пер. с англ. А. Калинина]; под ред. В. Ю. Григорьевой. — М. : Издательство Института Гайдара, 2012. — 352 с.
2. Фелпс Э. Массовое процветание: Как низовые инновации стали источником рабочих мест, новых возможностей и изменений / Э. Фелпс; пер. с англ. Д. Кралечкина; науч. ред. перевода А. Смирнов. — М. : Изд-во Института Гайдара; Фонд «Либеральная Миссия», 2015. — 472 с.

УДК 339.564 (477)

Є.В. Цовма,

студент Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

науковий керівник: **Н.В. Непрядкіна,**

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Фінансове стимулювання експорту досягло високого рівня в багатьох країнах світу. Тому відставання будь-якої країни в цій сфері негативно впливає на міжнародну конкурентоспроможність, зупиняє розвиток експорту та впливає на зменшення його ефективності і обмежує можливість використання національних ресурсів для зростання економіки та підвищення рівня добробуту населення. Як показує досвід розвинених країн, що практикують державну підтримку експорту протягом останніх десятиліть, слід вказати на пріоритетність використання системних інституційно-фінансових заходів у сфері державної підтримки експортної діяльності.

Головною проблемою України в розвитку експортного фінансування є те, що в сучасних умовах, прогнозі розрахунки на 2016–2019 роки враховують складну поточну ситуацію, ряд припущень щодо зовнішньої кон'юнктури та внутрішніх умов розвитку економіки, обсяги якого є загрозливими, і коли зовнішнім ринкам

притаманна жорстка конкуренція виробників продукції, головним завданням органів державного управління має стати удосконалення, реформування та розвиток експортного потенціалу України. Тим паче, що реалізація європейського інтеграційного вектору зовнішньоекономічної та зовнішньоторговельної політики України зокрема вимагає нових підходів та цілісної стратегічної програми якісного удосконалення як товарної, так і географічної структури експорту, а також державних заходів його підтримки і стимулювання. Тому актуальним завданням залишається визначення основних напрямків та конкретних перспективних заходів у сфері сприяння ефективній реалізації експортного потенціалу України [1].

За підсумками I півріччя 2015 року має місце: падіння ВВП, яке за оцінками Мінекономрозвитку становить 15,9%; падіння промисловості — на 20,5%; зменшення обсягів виробництва у сільському господарстві — на 9,3%; зростання споживчих цін — на 39,3% (липень до грудня); скорочення обсягів експорту товарів — на 35,4% (в тому числі до РФ — у 2,2 рази); падіння реальної заробітної плати — на 23,9%.

Найбільше у 2015 році економіка України страждала від геополітичного конфлікту. Перепонами на шляху розвитку стали: руйнування виробничих потужностей та транспортної інфраструктури на території військового конфлікту; втрата міжгалузевих та логістичних зв'язків у регіональному та зовнішньоекономічному просторі; ускладнення міжнародних відносин із країною-основним торгівельним партнером (РФ); недоступність енергетичної сировини (вугілля); суттєве зростання інвестиційних ризиків та негативних очікувань населення. Але також значний негативний вплив на економіку України у 2015 році справляли і накопичені системні диспропорції, наслідками яких стали девальваційні та інфляційні шоки. В той же час ситуація в економіці стабілізувалась і спостерігалась позитивна тенденція до пожвавлення економічної активності у II півріччі 2015 року. Як наслідок, падіння ВВП за підсумками року уповільниться до 8,9%, а інфляція очікується на рівні 45,8 відсотка (грудень до грудня).

У проекті постанови представлено прогноз основних макропоказників на 2017 — 2019 роки. З метою мінімізації бюджетних ризиків прогноз на середньострокову перспективу представляє не максимально досяжні орієнтири за умов успішної реалізації політики реформування, а консервативні орієнтири, відповідно до яких за сценарієм 1 ВВП зростатиме в середньому протягом 2017—2019 років на 3,8 % щороку, за сценарієм 2 — на 2,3 % [2].

Для компаній, які готові до експорту морально і технічно, останньою перешкодою стає відсутність грошей. Міжнародні фінансові інституції не хочуть вкладати гроші в українські компанії, побоюючись регуляторних ризиків, місцеві банки, своєю чергою, потерпають від нестачі коштів або ж пропонують фінансування на вкрай не вигідних умовах — короткострокове і з високими ставками. Рішення цієї проблеми — фінансування експорту через експортно-кредитне агентство (ЕКА). В Україні про експортно-кредитні агентства знають небагато компаній — лише досвідчені експортери. Насамперед ЕКА це державна або квазідержавна фінансова інституція, яка сприяє розвитку зовнішньої торгівлі. ЕКА виступає своєрідним фінансовим посередником між компанією-продавцем та

компанією-покупцем, надаючи фінансування у вигляді прямих позик, інвестицій, кредитних гарантій або страховок під гарантії держави. Фінансування, що надається ЕКА, може бути як короткостроковим, так і довгостроковим (у деяких країнах термін позики може становити до 15 років), і зазвичай покриває від 85% до 100% вартості угоди. Умови контрактів на надання фінансування від ЕКА, а також відсоткові ставки за позиками, як правило, розраховуються індивідуально для кожної угоди, виходячи з характеру та кількості ризиків, а також результатів due diligence компаній продавця і покупця. Загалом у світі таких агент нараховується понад 70.

Залучення фінансування для експорту через ЕКА є вигідним і для великих корпорацій, і для компаній сектору МСБ. Серед основних переваг такого фінансування є: низькі відсоткові ставки. Як правило, кредитні ставки ЕКА значно нижчі ставок комерційних банків; імпортерам експортно-кредитні агентства допомагають обійти обмеження, які існують на національних ринках приватного кредитування і фінансування; експортери, своєю чергою, отримують гроші за товар без затримок, що позитивно відбивається на їхньому оборотному капіталі; ЕКА фінансують будь-який вид експорту, навіть той, на який складно отримати фінансування від приватних фінансових інституцій; знижуються репутаційні ризики. При кредитуванні через ЕКА представників агентства найкраще залучати до переговорів про укладення експортного контракту на ранніх стадіях. Це допоможе виконати мінімальні вимоги, які ЕКА висуває до сторін контракту, а також отримати максимально вигідні умови та відсоткові ставки за контрактом позики. Існують дві основні моделі експортного фінансування із залученням експортно-кредитного агентства: пряме надання позики; надання фінансових гарантій [3].

Наразі з перспективами в Україні з'явиться Експортно-кредитне агентство. Відповідний закон №2142а "Про забезпечення масштабної експортної експансії українських виробників шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту"[4]. Законом передбачається, що для стимулювання експорту товарів (робіт, послуг) українського походження Кабмін створює Експортно-кредитне агентство, що здійснюватиме страхування, перестрахування, надає гарантії за договорами, які забезпечують розвиток експорту, а також бере участь у реалізації програми часткової компенсації відсоткової ставки за експортними кредитами. Закон передбачає публічність діяльності Експортно-кредитного агентства, визначає порядок та умови надання державної фінансової підтримки експортної діяльності. Для експортоорієнтованих компаній дуже часто останньою перешкодою стає відсутність фінансування на порівняних з іноземними конкурентами умовах. Міжнародні фінансові інституції дуже обережно ставляться до фінансування українських компаній. Місцеві банки, своєю чергою, не можуть запропонувати прийнятні умови фінансування експортерів — кредитні ресурси на внутрішньому фінансовому ринку все ще дорогі і короткострокові. Ухвалення закону є одним з ключових кроків для розбудови державної підтримки вітчизняного експорту. Створення експортно-кредитного агентства в Україні було одним із головних пріоритетів, закладених у розробленому за ініціативи Федерації спільно

із провідними європейськими та українськими експертами і вченими Плані модернізації України.

Поява експортно-кредитного агентства має стати вагомим стимулом для розвитку експортної діяльності України, а, отже, і зростання економіки. Має зрости також і рівень довіри іноземного бізнесу та інвесторів до українських компаній. За даними Держстату, протягом січня-жовтня 2016 року експорт товарів скоротився на 7,9% у порівнянні з аналогічним періодом 2015 року — до 29 млрд 113,2 млн дол [5].

Література

1. Офіційний сайт національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс] фінансової підтримки експортної діяльності в Україні. — Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1187/>
2. Офіційний сайт міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс] Прогноз економічного і соціального розвитку України на 2016-2019 роки. — Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
3. Експортно-кредитні агентства [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/experts/2015/04/21/7033079/>
4. Офіційний сайт Верховна рада України [Електронний ресурс] Проект Закону. — Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=55685
5. Офіційний сайт Федерація роботодавців України [Електронний ресурс] В Україні з'явиться Експортно-кредитне агентство. — Режим доступу: <http://fru.org.ua/ua/events/business-events/v-ukraini-z-iavytsia-eksportno-kredytne-ahentstvo>

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

В.О. Демчук,

студент факультету управління, сфери обслуговування та харчових технологій

Чернівецького торговельно-економічного інституту

Київського національного торговельно-економічного університету

науковий керівник: **О.В. Бурдяк,**

кандидат політичних наук, старший викладач

кафедри економічної кібернетики та міжнародних економічних відносин

Чернівецького торговельно-економічного інституту

Київського національного торговельно-економічного університету

ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК

На сьогоднішній день Україна налічує велику кількість перспективних підприємств, що успішно працюють на території країни, постачаючи вітчизняним споживачам товари та послуги. Часто перед ними постає проблема пошуку нових ринків збуту. Таку можливість надає асоціація України з ЄС, передбачаючи вільну торгівлю, партнерство та співпрацю. Багатьом підприємствам цікава така перспектива, але в процесі підготовки виходу на цей ринок вони можуть стикнутися з певними проблемами.

Основними внутрішніми перешкодами виходу українських підприємств на ринок ЄС є:

1. Низька конкурентоспроможність товарів (ціна, якість, технічний рівень, споживчі властивості).
2. Неефективне управління підприємствами.
3. Корупція та шахрайство.

Конкурентоспроможність товару відображає його здатність більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку. Вона визначається конкурентними перевагами: з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, з іншого боку — цінами, установлюваними продавцями товарів [1, с. 7—8].

Перше, на що покупець звертає увагу це ціна товару, відповідно, плануючи вихід на закордонний ринок, потрібно враховувати умови цінової конкуренції, щоб товар не був занадто дорогим та, водночас, не був надто дешевим.

Якість товару дуже важливий чинник, який часто розглядається вище ціни та суттєво впливає на конкурентоспроможність.

Споживчий інтерес до товару також відіграє велику роль, наявність бренду показує відмінні риси та особливості, які можуть привабити споживача. Покупці, як правило, обирають товар того виробника, який має гарну репутацію на ринку та використовує маркетингові заходи для просування свого товару (рекламу, акції тощо).

Управління — це важлива складова виходу на зовнішній ринок, адже європейські підприємства мають розвинуту структуру менеджменту, чіткі місії, реінвестують свій прибуток, підзвітність та прозорість. Відсутність таких характеристик у наших підприємств ускладнюють їхню діяльність. Керівні ланки підприємства мають брати на себе роботу укладання договорів, слідкувати за виробництвом, розподілом ресурсів, управляти персоналом, мотивувати та заохочувати до роботи. Саме управління вирішує, чи буде компанія працювати на зовнішній ринок і чи буде ця діяльність прибутковою.

Часто підприємства використовують недобросовісні шляхи експорту-імпорту товарів, працюючи на зовнішньому ринку. До цього можна віднести корупцію, економічні махінації, шахрайство, фальсифікацію документів. Все це псує відносини з компанією-партнером, а інколи і з країною в цілому.

Товари, які імпортуються на митну територію ЄС в обов'язковому порядку повинні відповідати усім вимогам ЄС, спрямованим на забезпечення захисту внутрішніх виробників та споживачів. Ці вимоги суттєво різняться у залежності від конкретного товару, але у цілому можуть бути згруповані за такими напрямками:

- технічні вимоги;
- екологічні вимоги;
- вимоги у сфері санітарних та фітосанітарних заходів [2].

Не всі вітчизняні підприємства відповідають європейським вимогам за цими напрямками. Зокрема часто спостерігається застаріла техніка, нерозвинена сертифікація та контроль якості, не достатньо кваліфікований персонал. Все це негативно впливає на результати виробництва. Інколи такий товар не користується попитом навіть на теренах нашої держави.

Отже, у вітчизняних підприємств є коло проблем, що обмежують їхню діяльність на ринках ЄС, відповідно, унеможливають отримання додаткових ринків збуту, як наслідок — додаткових прибутків. Вирішення внутрішніх проблем надасть більші можливості у міжнародній торгівлі та зміцнить вже існуючі позиції на зовнішньому ринку. Вільна торгівля з ЄС надає право виходу на нові ринки збуту, але це вимагає активних кроків у напрямку відповідності норм та правил висококонкурентного ринку до яких наші підприємства ще не звикли.

Література

1. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / О. Г. Янковий. — Одеса. — 2013. — 471 с.
2. Основні вимоги законодавства ЄС до безпеки та якості товарів [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ukraine-eu.mfa.gov.ua>

Є.О. Черненко,
студентка Навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС»
Сумського державного університету
науковий керівник: **Ф.О. Журавка,**
кандидат економічних наук, професор кафедри міжнародної економіки
Навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС»
Сумського державного університету

АНАЛІЗ СИСТЕМИ ВАЛЮТНОГО КУРСОУТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті досліджено зміни валютного курсу нашої країни, та фактори, які обумовили його девальвацію протягом різних часових інтервалів. Виявлено, що курс національної валюти був відносно сталим протягом певного періоду, решту часу спостерігалась девальвація. Систематизовано базові перепони на шляху стабілізації курсу гривні та зазначено механізми для його покращення.

Ключові слова: валютний курс, грошово-кредитно політика, монетарна політика, девальвація, облікова ставка, інфляція, Національний банк України.

Постановка проблеми. Валютний курс виступає одним з основних показників соціально-економічного стану країни, а також вагомим фактором впливу на діяльність та розвиток різних процесів. Валютний курс — ключовий засіб коригування міжнародної економічної діяльності в умовах глобалізації, і в цей же час один з поширених системних показників макроекономічної стабільності держави. Головним завданням валютно-курсової політики виступає забезпечення стабільності та прогнозованості обмінного курсу. Тож, пошук оптимальних шляхів регулювання валютного курсу, його коливань, котрі б не несли негативні наслідки діяльності національних підприємств, та стимулювали зростання ВВП, активізували експортний потенціал і зменшили залежність від імпортованої продукції, наразі є достатньо актуальними для України.

Аналіз останніх досліджень. Питання динаміки валютного курсу, інструментів Національного банку України для його коригування, прогнозування та моделювання курсу національної грошової одиниці висвітлювали як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: О. Береславська, О. Дзюблюк Р. Дорнбуш, В. Козловський, І. Крючкова, Р. Міза, В. Міщенко, М. Обстфельд, А. Румянцева, , А. Сомик, В. Стельмаха Я. Тінберген, Т. Унковська, М. Флемінга та інші.

Мета. Виявлення базових факторів, що впливають на динаміку курсу та аргументування комплексу ефективних інструментів для стабілізації національної грошової одиниці.

Виклад основного матеріалу. Від моменту запровадження національної валюти в 1996 році прослідковується її поступове знецінення, яке зупиняється на деякі часові проміжки у вигляді сталості(рис.1). Незначні інтервали знецінення не несли вагомий вплив на девальвацію в цілому. На дату введення в обіг гривні її курс становив 1,761 грн за дол. США. Перше її знецінення можемо спостерігати в 1998 році до 84% [1]. Експерти пояснюють це збільшенням державного боргу та проблемами щодо виплат облігацій внутрішньої державної позики.

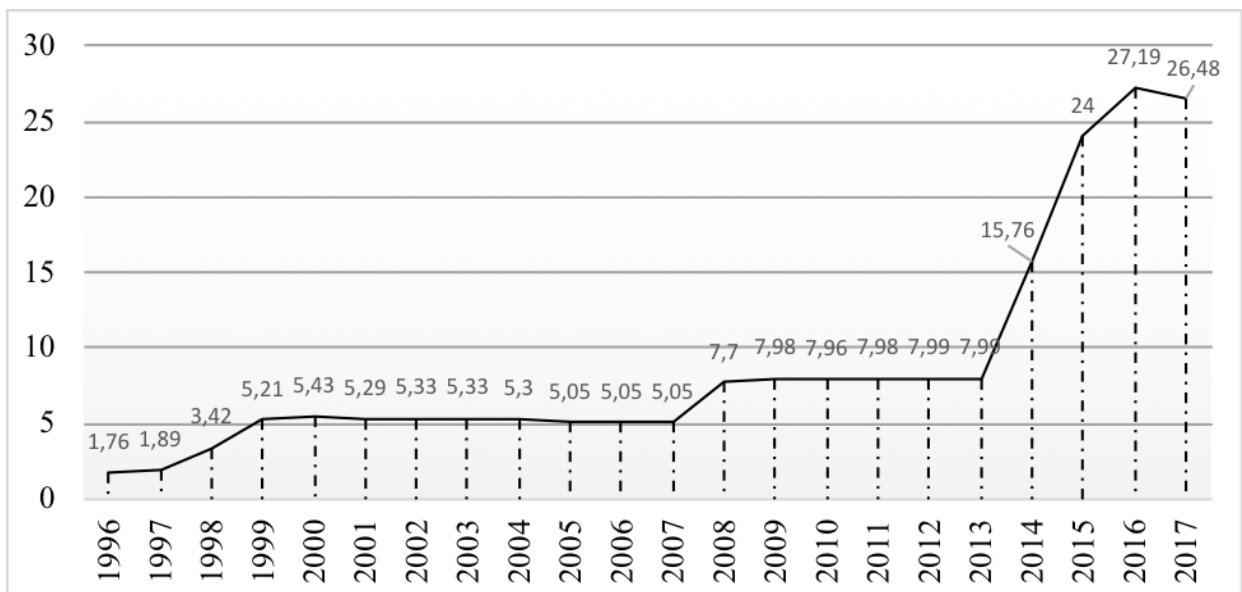


Рисунок 1 - Офіційний обмінний курс USD/UAH у 1996–2017 рр., грн. за дол. США

Джерело: складено на основі [3]

Як наслідок на початок наступного року курс гривні до долара збільшився до 3,5 грн. Проте національна грошова одиниця продовжувала девальвувати і досягла 5 грн за долар. Причиною стали надлишкові виплати впродовж президентських виборів. Проте протягом наступних 5 років валютний курс був відносно сталим і коливався в межах 5,3–5,4 грн. за дол. США. Після зміцнення НБУ курсу до рівня 5,05 грн. за дол., курс залишався незмінним до 2008 року. Проте у 2008 році було запроваджено режим плаваючого курсу, що знову призвело до ревальвації гривні. Не дивлячись на те, що офіційний курс сягнув 4,85 грн. за дол., ринковий курс становив лише 4,6 грн. за дол. на початок року, проте в середньому становив 7,7 грн. за дол. [2]. Проте вже у 2009 році було відчутно світову фінансову кризу на внутрішньому валютному ринку України — курс нашої валюти був нестабільним і сягав навіть 13 грн. за дол., проте вдалося зменшити його до 8 грн. за долар. Наступними передумовами коливання грошової одиниці України стали політичні події на початку 2014 року, коли гривня почала девальвувати і сягнула позначки 15,8 грн. за дол. Найшвидші темпи зниження курсу припали на 2015 рік — 24 грн. за дол., а наступного року — 27,19. Проте, як бачимо, ситуація дещо покращилась і зараз середнє значення курсу гривні до долара сягає рівня 26,48 [3].

Для дослідження проблем, пов'язаних з суттєвою девальвацією національної одиниці та її нестабільності, розглянемо фактори, що впливають на негативну зміну валютного курсу (табл. 1). Зазвичай їх поділяють на кон'юктурні — фактори, на зміну яких впливають тенденції світового ринку, та структурні — фактори, які відображають економічний стан країни.

Таблиця 1 – Класифікація чинників, які впливають на курсоутворення

Кон'юктурні чинники	Структурні чинники
-валютні операції спекулятивного характеру; - зміни в сфері політики країни; -виникнення інфляційних очікувань; -рівень еволюції інших сегментів фінансового ринку.	-показники економічного зростання; -зростання на внутрішньому ринку обсягів грошової маси; -показники стану платіжного балансу; -платоспроможність держави; -рівень інфляції; -розміри дефіциту бюджету.

Джерело: складено на основі [4]

Окрім кон'юктурних чинників, вплив котрих важко прогнозувати, з динамікою попиту та пропозиції валюти пов'язують довгострокові тенденції, які зумовлюють стан національної грошової одиниці в системі ієрархії валют. Це характеризують наступні чинники:

1. Збільшення національного доходу. Даний фактор визначає кращий попит на товари іноземного походження, в цей же час імпорт товарів може спричинити відплив іноземних валют.

2. Стан і структура платіжного балансу країни. Пасивний платіжний баланс формує поступове зниження курсу національної грошової одиниці, оскільки дебітори змушені продавати її та купувати іноземну валюту з метою виплати їх зовнішніх зобов'язань. В наш час вагоме місце займає міжнародний рух капіталів у формування платіжного балансу та валютного курсу, тому що ринок цінних паперів виступає конкурентом ринку валют. У державах, котрі перебувають на стадії розвитку, ринок цінних паперів уповільнює збільшення курсу іноземних валют та знижує увагу для обміну вільної готівки. У свою чергу активний платіжний баланс зумовлює збільшення курсу національної грошової одиниці, оскільки в цей час підвищується попит зовнішніми дебіторами.

3. Співвідношення процентних ставок різних держав. Дія даного чинника на валютний курс пояснюється двома обставинами. Перш за все, динаміка процентних ставок у державі чинить вплив на міжнародний рух капіталів, як правило, короткострокових. Підвищення процентної ставки зумовлює надходження іноземних капіталів, а зменшення - стимулює надходження капіталу за кордон. Другою причиною виступає дія процентних ставок на функціонування ринку валют та позичкових капіталів.

4. Темпи інфляції. Порівняння валют стосовно їх купівельною спроможністю становить своєрідних базис для курсоутворення, тож на курс має вплив темп інфляції. Якщо не брати до уваги інші чинники, то зі зростанням темпу інфляції в країні, курс валюти падає. Проте це можна прослідити тільки в середньо- та довгостроковому періоді. В середньому вирівнювання курсу щодо паритету купівельної спроможності проводяться протягом двох років в середньому.

5. Рівень експлуатації валюти в міжнародних розрахунках. Статистичні дані показують, що 60–70% операцій, які здійснюються на євrorинку використовують долар, як розрахункову валюту. Цей факт формує обсяг попиту на долар та відповідно його пропозицію.

6. Функціонування ринку валют та спекулятивні операції з валютою. Якщо прослідковується тенденція до зменшення курсу валюти, то банки та підприємства передчасно обмінюють їх на більш стабільні валюти. Ринки валют не зволікають з реагуванням на динаміку курсових співвідношень та на зміни в політиці та економіці. Як наслідок вони покращують шанси валютної спекуляції та руху «гарячих» грошей.

7. Валютно-економічна політика. Порівняння державного та ринкового коригування курсу валют відображається на його динаміці. Регуляція попитом та пропозицією курсу на ринках валют, зазвичай формує різку динаміку курсових співвідношень. Таким чином на ринку функціонує реальний курс, а виконуючи завдання валютної політики, держава застосовує інструменти для його зниження чи підвищення.

8. Рівень довіри до валюти на внутрішньому та світовому ринках. Він формується станом економіки та політичною атмосферою в державі, проте й перерахованими вище чинниками також. Це пояснює чому гравці валютного ринку беруть до уваги не тільки темп економічного розвитку, співвідношення попиту та пропозиції валюти, рівень інфляції, ступінь купівельної спроможності, а й прогнозує коливання валюти.

9. Рівень еволюції фондового ринку. Як ми вже зазначали, він являється конкурентом для ринку валют та може включати в свою діяльність іноземні валюти, а також кошти національної валюти, що б могли використовуватись для купівлі іноземних валют на валютному ринку.

10. Діяльність спекулянтів породжує вагомий вплив на курси валют. Світова практика позує, що в переважній більшості операції з валютами застосовуються для отримання прибутку спекулятивним шляхом, а не для фінансових розрахунків [5].

Іноді до переліку цих чинників науковці також відносять і інформаційні потоки. Звернення уваги на даний чинник дає змогу короткостроковому часовому проміжку проаналізувати риси обмінного курсу, оскільки: різниця курсових коливань макроекономічних показників в державі виникає по причині того, що дилери відстають у часі з отриманням правдивої інформації про становище цих показників. Тому поточний курс не є показником реального стану економіки в державі, а його різниця з реальним курсом відповідає затримці і адекватності інформації.

Динаміка валютного курсу має вагоме значення на формування цін на експорт та імпорт, конкурентоспроможність компаній та прибуток фірм. Різкі скачки в динаміці курсу породжують нестабільність відносин міжнародного, фінансового та валютно-економічного характеру, призводять до негативних наслідків у соціальній сфері [6].

Дослідження чинників та співставлення їх з показниками курсу гривні дозволяє виділити базові фактори впливу на його зміну:

- негативний обсяг або незначний темп зростання ВВП;
- великий розмір державного боргу;
- зовнішньоекономічні та політичні проблеми;
- негативні зміни в структурі платіжного балансу нашої країни;

- незначний рівень довіри як до органів влади, так і до банківської системи в загальному, що породжує незначні розміри інвестицій з-за кордону та девальваційні очікування;

- спекулятивна діяльність крупних суб'єктів валютного ринку;

- невеликі показники розміру золотовалютних резервів.

Для зменшення темпу девальвації гривні необхідно, перш за все, вирішити проблемні питання економічного, політичного та фінансового характеру. Для впровадження стабільності та покращення курсу гривні пропонуємо:

1. Верховній раді України:

- внести зміни до статті 99 Конституції України, а саме включити головну функцію Центробанку України до головних завдань Президента та Верховної Ради України в рамках їх повноважень;

- розробити законопроект, який би чітко зазначав владні обов'язки державних органів з метою забезпечення стабільності національної грошової одиниці;

- однозначно визначити поняття «курсової» та «грошової» стабільності в 1 та 6 статті Закону України «Про НБУ».

2. Уряду України:

- зазначити список базових продуктів та товарів, котрі формують «споживчий кошик» державного рівня;

- здійснювати стриману та помірковану бюджетну політику, що призведе до макроекономічної та курсової рівноваги;

- застосувати інструменти для стабілізації цінних коливань товарів та послуг, в рамках введеного поняття «цінової стабільності» та активувати економічне зростання.

3. Національному банку України:

- оновити довіру і спокій населення внаслідок скасування обмежень щодо зняття депозитів фізичним та юридичним особам;

- застосувати рішучі методи щодо збільшення ліквідності банківських установ, котрі б не чинили тиск на ринок валют та не породжували нову цінову хвилю;

- знизити «доларизацію» в економіці України в загальному завдяки здобуванню довіри до національної грошової одиниці;

- публікувати в періодичному виданні та на офіційному сайті Національного банку даних, пов'язаних зі стабільністю гривні для поточного регулювання валютного курсу та підтримки його стабільності;

- запровадити новий орієнтир — «номінальний якір» грошової та курсової стабільності та утримувати показники інфляції на рівні 3-5% річних, поступово трансформуватися до інфляційного таргетування, підтримувати стабільність купівельної спроможності національної грошової одиниці з дозволеним відхиленням в межах 5% на рік;

- включити наведений орієнтир до головних засад грошово-кредитної політики.

Впровадження та застосування наведеного плану вимагає перегляду керівних органів Національного банку України. Їх склад має включати патріотів держави та

виключно професіоналів, котрі не входять до лав корупційного механізму і не залучені до міжнародних угруповань спекуляції валюти [7].

Тож, перспективними шляхами до стабілізації національної грошової одиниці є:

- вирішення внутрішньо- та зовнішньополітичних питань;
- постійний контроль статей витрат бюджету, переліку компаній, яким надаються податкові пільги для балансування Держбюджету;
- цільове рефінансування комерційних банків;
- організація сприятливого інвестиційного клімату для резидентів та нерезидентів держави;
- удосконалення нормативно-правової бази, пов'язаної з функціонуванням господарських та фінансових структур.

Висновки. Валютний курс та його стабільність має вагомий вплив на всі сектори економіки, а також інтереси населення, суб'єктів господарювання та самої держави. Дослідження всіх кон'юктурних, структурних а також інших чинників впливу на нього, дає можливість проаналізувати реальні причини курсових коливань та використати необхідні інструменти для вирівнювання його динаміки, застосувати найбільш ефективні засоби валютно-курсової політики. Стабільність валютного курсу гривні, що повною мірою відповідає ситуації, яка відбувається, та способи забезпечення прискорення темпів економічного розвитку держави на основі курсу — одне з пріоритетних завдань сьогодення.

Література

1. Шанковский О. Доллар и гривна: история «любви» / О. Шанковский [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://ru.tsn.ua/groshi/dollar-i-grivna-istoriya-lyubvi.html>.
2. Кораблін С. Курсова лихоманка: пауза між рецидивами / С. Кораблін // Дзеркало тижня. — 2016. — 24 вересня [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://gazeta.dt.ua/macrolevel/kursova-lihomanka-pauza-mizh-recidivami-.html>.
3. Офіційні курси гривні до долара США за 1996— 2016 рр. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://bank.gov.ua/control/uk/curmetal/currency/search>.
4. Румянцев А.П. Міжнародні фінансові відносини : [навч. посіб.] / А.П. Румянцев, В.Я. Голюк, О.Г. Тонких. — К. : ЦУЛ, 2008. — 348 с
5. Валютний ринок і валютне регулювання: навч. посібник / [під ред. І.М. Платонової]. — Вид-во «БЕК», 2006. — 190 с.
6. Коваленко Ю.М. Структуризація сучасного фінансового ринку / Ю.М. Коваленко // Фінанси України, 2010. — №9. — С. 91—99.
7. Белінська Я. Тактичні та стратегічні заходи подолання валютно-фінансової нестабільності в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.do-finance.com>

І.І. Кухар, Л.О. Шевчук,

студенти кафедри економіки та міжнародних відносин
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

науковий керівник: ***О.В. Смагло,***
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ

Анотація. В статті було досліджено інноваційно-інвестиційну діяльність ТНК, розглянуто механізми фінансування інвестиційних проектів, визначено ряд чинників, що мають безпосередній вплив на збільшення ролі транснаціональних корпорацій у здійсненні інноваційної діяльності.

Ключові слова: транснаціональні корпорації (ТНК), інновації, інноваційний проект, інвестиційна діяльність, прямі іноземні інвестиції.

Постановка проблеми. У зв'язку з постійним зростанням значення міжнародної співпраці, транснаціональні корпорації захоплюють усе більшу частину ринку. Як і будь-яке явище цей процес має як позитивні, так і негативні наслідки, але на даний момент ТНК є основним джерелом фінансування інноваційних проектів. Зміцнення статусу транснаціональних корпорацій як одного із основних суб'єктів міжнародних відносин сучасності визначає актуальність дослідження ролі інноваційно-інвестиційної діяльності ТНК у світовій політиці.

Стан дослідження. Останнім часом спостерігається зростання інтересу дослідників до діяльності транснаціональних корпорацій на світовому ринку торгівлі, їх проявів та подальшого розвитку, позаяк вплив ТНК на світовий ринок з кожним роком збільшується. Тож цілком закономірним явищем є те, що питання інноваційно-інвестиційної діяльності досліджувалось рядом вчених. Серед них хотілося б відмітити роботи Бак Г.О., Вакуленко Є. В., Ломачинської І.А., Погрібного Д.І., Бондарчук В.В., Глухової Д.А. та інших.

Виклад основного матеріалу. Висока динаміка змін зовнішнього середовища в діяльності транснаціональних корпорацій, зумовлена формуванням нових умов господарювання і співпраці, викликає необхідність проведення аналізу чинників, що впливають на посилення позицій ТНК в інтенсивних процесах інноваційної діяльності та комерціалізації нововведень.

У світі на сьогодні налічується близько 80 тис. ТНК і приблизно 850 тис. їхніх іноземних філій. Гостра конкурентна боротьба, пошук шляхів доступу до дешевих ресурсів змушує ТНК розширювати ринки для інвестування.

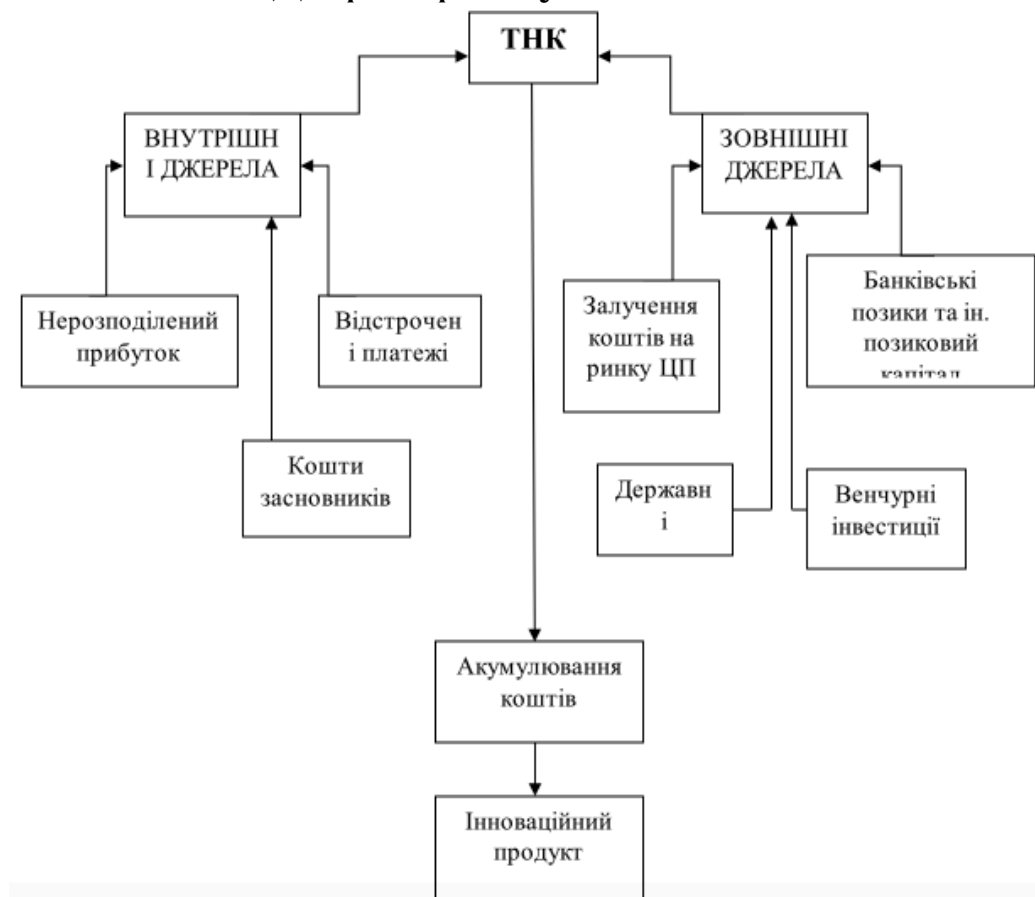
Нові бази даних ЮНКТАД щодо державних ТНК повідомляють про посилення їх ролі в глобальній економіці. Близько 1 500 державних ТНК (1,5% від усіх ТНК) мають більш ніж 86 000 іноземних філіалів, що становить майже 10% від філіалів усіх ТНК світу. Їх інвестиції у нові проекти склали в 2016 році 11% від світових

інвестицій у порівнянні з 8% в 2010 році. Основною країною базування таких ТНК є Китай [5].

ТНК — це потужні суб'єкти світової економіки, що перебувають у постійному пошуку інноваційних рішень та процесі впровадження передових технологій. Транснаціональні корпорації виступають головними інвесторами в інноваційній сфері, а обсяги їхніх фінансових витрат на інноваційну діяльність постійно зростають. Загальна сума витрат ТНК на дослідження і розробки за останні десять років зросла із 106,4 млрд дол. у 2004 р. до більш ніж 160 млрд дол. США у 2014 р., тобто в 1,6 рази. У стратегіях ТНК інновації виступають основою конкурентоспроможності й визначають напрями розвитку компанії, окремих галузей та національної економіки в цілому [4, с. 75].

З метою отримання лідерства в певних галузях ТНК мають на меті розширення програм, направлених на розробку та запровадження інноваційного продукту. Фінансування інноваційних проектів здійснюється за рахунок внутрішніх та зовнішніх джерел. Схематично фінансування інноваційних процесів зображено на рис. 1 [2, с. 32].

Рис. 1. Джерела фінансування інновацій ТНК



Для кожної стадії інноваційного продукту може бути характерно окреме джерело фінансування, на практиці чіткого поділу не існує, як правило фінансування здійснюється із змішаних джерел. Початковими стадіями запровадження інновацій притаманне використання власних коштів ТНК,

державних грантів, венчурного капіталу. Стадія росту потребує більш широкого залучення з зовнішніх джерел таких як банківські позики, використання фінансових інструментів фондового ринку.

В результаті ТНК беруть на себе основну роль інвесторів інноваційних проектів серед бізнес-суб'єктів. Намагаючись вдосконалити свої конкурентні стратегії, компанії застосовують інновації як основу конкурентоспроможності. З часом, інноваційна конкуренція виходить на якісно нові рівні, обумовлюючи суперництво між різними сферами діяльності, галузями, формами бізнесу, а в масштабах світу — між країнами [3, с. 75]. Доля фінансування ТНК складає приблизно 90% від інвестицій, що йдуть в сектор інновацій від бізнес структур по всьому світі.

Лідером серед інвесторів у сферу НДДКР серед найбільших ТНК є компанія «Volkswagen», за результатами якої в 2015 році та в 2017 здійснювались стабільні інвестиції в технологічний розвиток (Табл. 1).

Таблиця 1

Компанії лідери за розміром інвестицій в технологічний розвиток за 2015-2016 рр. [6, 7]

2015 рік			2016 рік		
Назва компанії	Країна	Інвестиції, млн. євро	Назва компанії	Країна	Інвестиції, млн. євро
VOLKSWAGEN	Німеччина	13 612	VOLKSWAGEN	Німеччина	13 612
SAMSUNG ELECTRONICS	Південна Корея	12 528	DAIMLER	Німеччина	6 529
INTEL	США	11 140	SANOFI	Франція	5 246
ALPHABET	США	11 054	ASTRAZENECA	Великобританія	5 217
MICROSOFT	США	11 011	ROBERT BOSCH	Німеччина	5 202
NOVARTIS	Швейцарія	9 002	BMW	Німеччина	5 169
ROCHE	Швейцарія	8 640	SIEMENS	Німеччина	4 820
HUAWEI INVESTMENT & HOLDING CO	Китай	8 358	BAYER	Німеччина	4 436
JOHNSON & JOHNSON	США	8 309	GSK	Великобританія	4 214
TOYOTA MOTOR S	Японія	8 047	FCA	Великобританія	4 108

Аналіз діяльності транснаціональних корпорацій дозволяє виділити кілька основних факторів, які обумовлюють лідерство міжнародних корпорацій серед інших суб'єктів світової економіки у виробництві інновацій.

Насамперед, саме ТНК часто стають виконавцями державного замовлення на виробництво інноваційної продукції, в основному в галузях оборонно-промислового комплексу. Цю тенденцію доводить статистика, наведена в звіті *World economic forum* [9] за 2017 рік, згідно з яким США (один із трьох світових центрів, до якого за національною приналежністю належить найбільша кількість ТНК, що, до речі, добре видно з Табл. 1) займає 4 місце за індексом конкурентоспроможності в плані впровадження інновацій. Двома іншими центрами із найбільшою кількістю ТНК є Японія та країни ЄС. Тому цілком закономірно, що за інноваційною діяльністю Японія займає 8 місце, Німеччина — 5, Швейцарія — 1. Таким чином, простежується залежність між розвитком ТНК та масштабами інноваційної діяльності.

Варто зазначити, що Сполучені Штати суттєво збільшили рівень витрат на розробку програмного забезпечення і рівень зайнятості в наукомістких галузях, що можна побачити, ознайомившись із рейтингом *Forbes*. Із десяти корпорацій, які очолюють рейтинг *Forbes* «The World's most innovative companies» [10], шість мають американське походження. Щоб не бути голослівними, наведемо перелік: *Amazon.com* (найбільша у світі за показниками обороту компанія серед тих, що продають товари і надають послуги через мережу Інтернет), *Salesforce.com* (один із світових лідерів з розробки програмного забезпечення; постійними замовниками цієї компанії є такі всесвітньовідомі корпорації, як *Google*, *Dell*, *Toyota*, *Cisco*, *Hitachi*), *Alexion Pharmaceuticals* (являється розробником і дистриб'ютором інноваційних медичних препаратів, а також проводить наукоємкі дослідження щодо лікування імунної системи людини), *Regeneron Pharmaceuticals* (є одним з лідерів у світі в галузі розробки біотехнологій), це також *VMware* (найбільший у світі розробник програмного забезпечення для віртуалізації) та *Intuitive Surgical* (американська корпорація, що займається розробкою та виготовленням роботизованих хірургічних систем).

Ще одним чинником зростання ролі ТНК у створенні інновацій є те, що постійне зростання доходів великих корпорацій та зниження вартості менш потужних компаній, що сформувалася внаслідок криз, сприяють активним процесам їх поглинання. Характерною ознакою купівлі транснаціональними корпораціями підприємств, які готуються до виходу на ринок з інноваційним продуктом або технологією, полягає в тому, що фінансування всіх витрат на наукові розробки забезпечила компанія, що поглинається, а ТНК використовує свої ресурси лише для кінцевої стадії комерціалізації нововведення — організації масового виробництва. У цьому випадку корпорації формально не здійснюють вкладень безпосередньо в науково-дослідні розробки, оскільки сума, витрачена на придбання сторонньої компанії, враховується у статистиці злиттів та поглинань і жодним чином не відбивається у витратах корпорації на НДДКР. Подібний спосіб придбання нових технологій та продуктів є найбільш поширеним у сфері

виробництва програмного забезпечення, електронних засобів зв'язку, а також обробки інформації.

У кризові періоди, коли вартість компаній істотно знижується, дрібні й середні підприємства стають мішенню для великих міжнародних корпорацій. Купівля прогресивних підприємств, особливо за заниженою вартістю, — один із способів інноваційного розвитку ТНК.

Ще одним способом отримання досвіду, мінімізації високих дослідних витрат є створення стратегічних альянсів. Переважно вони утворюються на стадії, що передуює комерціалізації нововведень, з метою більш ефективного використання знань, наявних у всіх учасників союзу.

Окрім створення стратегічних альянсів, ТНК часто вдаються до організації формально незалежних від материнської корпорації дослідних центрів і венчурних (ризикових) підприємств. Цей метод застосовується для того, щоб максимально ефективно використати нові розробки, які не потрібні материнській компанії або є для неї непрофільними.

Функціонування венчурних підприємств зумовлене розвитком стратегічно важливих аспектів науково-дослідної діяльності та необхідністю підтримки інноваційних проектів окремих груп фахівців, а іноді й окремих співробітників-новаторів.

Серед факторів формування лідерських позицій ТНК у світовому створенні та освоєнні інновацій слід також виділити збільшення витрат на наукові розробки. Особливо яскраво це спостерігається у фармацевтиці [1, с. 18-19].

В останні роки спостерігається тенденція до збільшення кількості ТНК серед країн, що розвиваються, та серед тих, що належать до країн з перехідною економікою. При цьому масштаби НДДКР у цих державах збільшуються швидше, ніж у державах із високим рівнем доходів. В останні п'ять років найбільш помітні прояви цієї тенденції можна було спостерігати в Китаї, Аргентині, Бразилії, Польщі, Індії. Крім того, країни, що розвиваються, з великим відривом лідирують за кількістю поданих заявок на патенти, особливо Китай [4, с. 15].

Таким чином, аналіз сфер діяльності найбільш успішних інноваційних корпорацій світу вказує на те, що саме «високі», наукоємкі технології, такі як розробка програмного забезпечення, розробка та виготовлення електронних роботизованих пристроїв, біотехнології, сучасна фармакологія із застосуванням нанотехнологій, визначають найпотужніший вектор розвитку світової економіки в ХХІ ст. Зважаючи на це, держава має створювати як за допомогою як правових, так і економічних механізмів, умови для захисту та гнучкої інтеграції національної економіки в сучасну інноваційну економіку світу.

Також варто зазначити, що інтернаціоналізація інноваційної діяльності ТНК за допомогою створення закордонних НДДКР-лабораторій має відчутний вплив на показники конкурентоспроможності приймаючих країн. Зокрема, зазначимо ряд основних причин, що сприяють прийняттю позитивного рішення щодо розміщення іноземних науково-дослідницьких центрів: а) посилення інноваційної діяльності, пов'язане з появою нових НДДКР-лабораторій, яке неминуче торкнеться і вітчизняних компаній; б) збільшення обсягів залучення венчурного капіталу в

країну; в) формування цілого прошарку висококваліфікованих науково-технічних кадрів, які спеціалізуються на комерціалізації нововведень; г) створення нових робочих місць для висококваліфікованих кадрів стимулює розвиток системи освіти за рахунок створення платоспроможного попиту на освітні послуги.

Висновки. Після вивчення статистичних даних, цілком очевидно (на прикладі США, Японії, Швейцарії та Німеччини зокрема), що розвиток інновацій значною мірою належить до сфери діяльності ТНК, які, конкуруючи між собою та з вітчизняними компаніями, намагаються забезпечити для себе хорошу конкурентну позицію та витіснити з ринку дрібні компанії, витрачають значні суми грошових коштів на проведення наукових-дослідних та дослідно-конструкторських робіт. Незважаючи на конкуренцію, яку ТНК створюють для вітчизняних підприємств, переваги від такої співпраці все ж частково нівелюють пов'язані з цим недоліки.

Маючи велику частину науково-технічних кадрів і застосовуючи технічні знання в глобальному масштабі, ТНК є, по суті, найважливішими учасниками процесу формування глобальної інфраструктури технологічних нововведень. Вони справляють значний вплив на географію НДДКР у світі за рахунок контролю над переміщенням основних компонентів, необхідних для здійснення інноваційних проектів: венчурного капіталу, висококваліфікованих кадрів, нових ідей і розробок. Таким чином, інноваційна діяльність, що здійснюється ТНК, суттєво впливає на конкурентоспроможність країн у системі світового господарства, визначаючи лідируюче положення одних і відставання інших.

Література

1. Бак Г.О. Лідерство транснаціональних корпорацій у світовому створенні інновацій / Г.О. Бак // Світове господарство і міжнародні економічні відносини. — 2014. — № 3-4. — С. 16—19.
2. Вакуленко Є. В. Фінансові механізми інноваційної діяльності транснаціональних корпорацій: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.02 / Вакуленко Євгенія Володимирівна. — Львів, 2015. — 188 с.
3. Ломачинська І.А. Інноваційна діяльність ТНК та її роль у розвитку світової економіки / І.А. Ломачинська, Л.І. Аджадж // Науковий вісник Ужгородського національного університету. — 2016. — № 2. — С. 74—78.
4. Погрібний Д. І. ТНК як суб'єкти інноваційного розвитку в світовій економіці / Д. І. Погрібний // Право та інноваційне суспільство. — 2014. — № 1. — С. 12—21.
5. Доклад о мировых инвестициях 2015: «Глобальные производственные системы: инвестиции и торговля в интересах развития»: [Електронний ресурс] / Конференция организации объединенных наций по торговле и развитию ЮНКТАД. — Нью-Йорк и Женева, 2015. — 78с. — Режим доступу: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017_overview_ru.pdf
6. The 2015 EU Industrial R&D Investment Scoreboard. Офіційний сайт European Commission. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ec.europa.eu>
7. The 2016 EU Industrial R&D Investment Scoreboard. Офіційний сайт European Commission. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ec.europa.eu>
8. United Nations Conference on Trade and Development — Офіційний сайт. — Режим доступу: <http://www.unctad.org>
9. World economic forum — Офіційний сайт. — Режим доступу: <https://www.weforum.org/>
10. The World's Most Innovative Companies [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.forbes.com/innovative-companies/>

І.П. Шуляк,

студент факультету менеджменту та маркетингу
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ПРОГНОЗУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СВІТУ

Анотація. Сталий розвиток — це наше з вами спільне майбутнє. Ідея екологічно стійкого економічного зростання не нова. Багато культур протягом історії людства визнали необхідність гармонії між середовищем, суспільством та економікою. "Екологічно стійке економічне зростання" є синонімом поширеної концепції "сталого розвитку". Метою є досягнення балансу між стійкістю навколишнього середовища, економічною стійкістю та соціально-політичною. В статті визначено сутність глобальних цілей сталого розвитку та здійснено прогнозування сталого розвитку в світі.

Ключові слова: сталий розвиток, глобальні цілі сталого розвитку, соціально-економічне зростання, прогнозування сталого розвитку.

Постановка проблеми. Навколишнє середовище потребує суспільного захисту. Це можливо, зокрема, за допомогою заходів, спрямованих на захист якості довкілля, а також шляхом відновлення, розвитку та підтримування нашого з вами середовища існування. Перед світом, в тому числі перед нами, стоїть велика проблема або ж ціль — раціональне управління людськими, природними та економічними ресурсами, що має на меті задовольнити найважливіші потреби людства в довгостроковій перспективі [1, с. 365]. Справедливість, економічна ефективність та захист середовища — три основні елементи стійкості розвитку.

Стан дослідження. Питання сталого розвитку дуже актуальне. Дослідженню в цьому напрямі присвячено велику кількість наукових праць, як вітчизняних, так і зарубіжних. Результати досліджень відображені в книгах [1], статтях [2, 3], наукових звітах [4, 5], на офіційних сайтах міжнародних компаній [6]. Новітні технології та методи обробки даних сприяють розширенню та поглибленню дослідження світових процесів, що дає змогу прогнозувати подальший розвиток.

Виклад основного матеріалу. Чи зможе світ досягти 17 цілей сталого розвитку ООН (SDGs) до 2030 року [5]? Міжнародна компанія, штаб-квартира якої знаходиться у Норвегії, DNV GL вирішила відповісти на це критичне питання у своєму новому прогнозі, який розглядає майбутнє нашого космічного корабля "Земля". У звіті робиться висновок, що, багато цілей буде досягнуто в кількох регіонах світу, та ці дії не будуть достатньо швидкими та ефективними, оскільки матимуть неприйнятну екологічну вартість [6, с. 37].

Доречно назвати ці 17 глобальних цілей: 1) подолання бідності, 2) відсутність голоду, 3) здоров'я і добробут, 4) якісна освіта, 5) гендерна рівність, 6) чиста вода та санітарія, 7) доступна і чиста енергія, 8) гідне працевлаштування та зростання економіки, 9) індустрія, інновації та інфраструктура, 10) зниження нерівності, 11) стійкий розвиток міст та співтовариство, 12) відповідальне споживання і

виробництво, 13) контроль клімату, 14) життя під водою, 15) життя на землі, 16) мир, правосуддя та сильні інституції, 17) співробітництво для досягнення цілей [5].

Нові пріоритети цілей включають нові сфери, такі як зміна клімату, економічна нерівність, інновації, стале споживання, мир та правосуддя. Цілі є взаємопов'язаними - найчастіше ключем до успіху на одному з них стає вирішення проблем, які частіше пов'язані з іншим [2].

Комплекс цілей сталого розвитку працює у дусі партнерства та прагматизму, щоб зробити правильний вибір, щоб покращити життя на стійкому шляху майбутніх поколінь. Вони забезпечують чіткі керівні принципи та цілі для всіх країн, які приймаються відповідно до власних пріоритетів та екологічних викликів у світі в цілому [3, с. 96]. SDG є загальною програмою. Вони вирішують корінні причини бідності та об'єднують нас, щоб зробити позитивні зміни як для людей, так і для планети. Ліквідація бідності є найважливішою частиною порядку денного. Порядок денний пропонує унікальну можливість поставити весь світ на шлях процвітаючого та сталого розвитку [7].

Через рік після запуску SDGs підприємства, уряди, організації та приватні особи скрізь почали працювати над досягненням глобальних цілей. Прогноз свідчить, що жодна з цілей не буде виконана у всіх регіонах світу. Точно так само жоден окремий регіон не досягне необхідного прогресу у досягненні всіх цілей. Масштаб викликів такий, що необхідні термінові, надзвичайні заходи. Бізнес має унікальну можливість керувати такою масштабною діяльністю, і деякі компанії вже взяли на себе ініціативу.

17 глобальних компаній, що відповідають за прогрес по кожній глобальній цілі: Tata, Danone, HiTechnologies, ARM, Symantec, Grundfos, SolarWorld, NYK, Hydro, Safaricom, Siemens, Marks & Spencer, Iberdrola, Cermaq, APP, Calvert Investments та Unilever. Ці піонери ведуть стійкі зміни через інновації, партнерські зв'язки та коригування бізнес-моделей. Цілі сталого розвитку стали орієнтиром для компаній [6, с. 43–45].

Всі наведені компанії є учасниками Глобального договору ООН — ініціативи, спрямованої на заохочення бізнесу в усьому світі до прийняття стійких та соціально відповідальних політик і тим самим сприяння сталому майбутньому.

Основними результатами звіту «Майбутнє космічного корабля «Земля» можна виділити наступне.

1) Жодна з глобальних цілей не буде виконана у всіх регіонах світу: окрім того, навіть у половині цілей не буде досягнуто жодного регіону; важливо активізувати наші спільні зусилля, щоб досягти поставлених цілей.

2) Світ прагне досягти більшості глобальних цілей: найбільш позитивні перспективи мають охорона здоров'я, освіта, вода та санітарія, енергетика та промисловість; світ рухається в правильному напрямку з кількох інших цілей, зокрема для людського розвитку, таких як подолання бідності, голоду та гендерна рівність.

3) Прогрес не досить справедливий: процес зменшення нерівності, мабуть, буде мати найменший прогрес, з прогнозуванням негативних показників у всіх

регіонах; в межах країн розрив нерівності буде продовжувати розширюватися надалі.

4) Перехід енергії недостатньо швидкий: заміна добувного палива відновлюваними джерелами енергії триває.

5) Попит на енергію зрівняється: з 2030 року попит на енергію знизиться завдяки зростанню енергоефективності при одночасному збільшенні населення та продуктивності праці; попит на енергію знизиться внаслідок зниження рівня народжуваності, пов'язаного з урбанізацією та освітою.

6) Відсутність кліматичних дій гальмує прогрес: відсутність достатнього прогресу у боротьбі з кліматичними заходами є перешкодою для досягнення більшості інших глобальних цілей; буде все важче досягти більшості глобальних цілей у світі з посиленням кліматичних змін.

7) Бізнес готовий до надзвичайних дій: приватний сектор має відіграти ключову роль, що становить 60% світового ВВП; бізнес-приклад для сталого розвитку представлений у звіті з прикладами діяльності прикордонних компаній, які приймають надзвичайні заходи для досягнення глобальних цілей [6].

Прогнозні значення основних показників сталого розвитку світу в цілому, визначені міжнародною компанією DNV GL, наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Прогнозні значення основних показників, що визначають сталий розвиток світу

№	Показники	Роки							
		2015	2020	2025	2030	2035	2040	2045	2050
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	ВВП (ПКС), трлн дол.	84	98	114	129	144	159	174	188
2	Населення, млн осіб	7 209	7 509	7 769	7 983	8 164	8 305	8 400	8 445
3	ВВП (ПКС) на особу, дол.	11 715	13 107	14 654	16 166	17 600	19 086	20 708	22 278
4	Народжуваність, млн осіб	114	106	98	94	89	83	76	70
5	Смертність, млн осіб	54	54	55	58	61	64	67	70
6	Продуктивність праці, дол/особу	17 646	19 604	21 688	23 866	26 164	28 709	31 570	34 631
7	Споживання первинної енергії, млн т н.е. (в т.ч.):	13 677	14 465	15 182	15 631	15 851	16 026	16 253	16 392
	споживання нафти, млн т н.е.	4 306	4 277	4 235	4 139	3 839	3 495	3 083	2 684
	споживання природного газу	3 189	3 401	3 595	3 657	3 598	3 448	3 161	2 772
	споживання вугілля, млн т н.е.	4 121	4 220	4 296	4 171	3 969	3 592	3 160	2 552
	споживання атомної енергії, млн т н.е.	545	559	557	553	554	560	571	587
	споживання відновлюваних джерел енергії, млн т н.е.	1 516	2 008	2 499	3 111	3 891	4 931	6 277	7 797
8	Енергоемність, т н.е./млн дол.	162	147	133	121	110	101	93	87

9	Зростання енергоємності, %	-1,45	-1,85	-1,85	-1,83	-1,78	-1,67	-1,52	-1,35
10	Частка нафти у споживанні, %	31,5	29,6	27,9	26,5	24,2	21,8	19,0	16,4
	Частка природного газу, %	23,3	23,5	23,7	23,4	22,7	21,5	19,4	16,9
	Частка відновлюваних джерел енергії, %	11,1	13,9	16,5	19,9	24,5	30,8	38,6	47,6
	Частка атомної енергії, %	4,0	3,9	3,7	3,5	3,5	3,5	3,5	3,6
	Частка вугілля, %	30,1	29,2	28,3	26,7	25,0	22,4	19,4	15,6
11	Викиди CO ₂ , млн т	35 288	36 037	36 618	35 983	34 196	31 413	27 929	23 582

Систематизовано та складено на основі [7].

З наведених даних бачимо, що населення до 2050, за прогнозом компанії DNV GL, буде становити майже 8,5 млрд осіб, після чого, цілком ймовірно почне знову скорочуватися. Спостерігається тенденція скорочення народжуваності, натомість буде зростати смертність. Щодо споживання первинної енергії, позитивним моментом є те, що починаючи з 2040 р. найбільшу частку у структурі енергоспоживання будуть становити відновлювані джерела енергії (47,6 % у 2050 р.). Сприятливою тенденцією є й те, що прогнозується зниження енергоємності, а це свідчить про зростання впровадження енергозберігаючих технологій. Не менш важливим аспектом є скорочення обсягів викидів CO₂, а це свідчить про покращення екології і відповідно — забезпечення розвитку стійкого суспільства.

Висновки. В статті було розглянуто прогнозування сталого розвитку, здійснене міжнародною компанією DNV GL, а також визначено, що цілі сталого розвитку, тобто глобальні цілі, є універсальним заклик до дій, спрямованих на подолання бідності, захист планети та забезпечення того, щоб усі люди з рівними можливостями користувалися світом та процвітанням. Для кожного з нас, окремої країни та світу в цілому сталий розвиток стає «двигуном» прогресу, оскільки здатний забезпечити якісне життя сьогодні і разом з тим зберегти природний спадок для майбутніх поколінь.

Література

1. Гор А. Земля у рівновазі. Екологія і людський дух // А. Гор. — К.: Інтелсфера, 2001. — 404 с.
2. Голубець М.А. Геосоціосистемологія — теоретична основа еколого-суспільно-економічного прогресу / М.А. Голубець // Вісн. НАН України. — 2014. — № 6. — С. 31-40.
3. Zgurovsky M. The Sustainable Development Global Simulation: Quality of Life and Security of the World Population. — K.: Publishing House «Polytechnica», 2007. — 218 p
4. SDG Index and Dashboards Report 2017. — Rockaway: 2017. — 490 p.
5. Future of Spaceship Earth. — Rockaway: DNV GL, 2016. — 136 p.
6. Spaceship Earth forecast [Electronic resource]: Website DNV GL. — Access to resources: <https://www.dnvgl.com/technology-innovation/spaceship-earth/forecast-key-conclusions.html>.

СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ, ГАЛУЗЕЙ, КОМПЛЕКСІВ

О.О. Кравченко,

студентка економічного факультету

Київського національного торговельно-економічного університету

науковий керівник: **Т.Л. Зубко,**

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та фінансів підприємства

Київського національного торговельно-економічного університету

БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНТРОЛЮ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ

У існуючих економічних умовах багато організацій та корпорацій змушені оптимізувати свій підхід до діяльності своїх підприємств на ринку, а також їх внутрішню організацію в обмежені терміни. Найважливішими питаннями, з якими сьогодні стикаються компанії, є збереження та розширення існуючої на ринку позиції, модернізацію та відновлення виробничих потужностей, збереження поточного стану та розвиток нових фінансових ресурсів. Відповідно до цих вимог, могутнім інструментом за допомогою якого якісно підвищують рівень діяльності підприємства, контролюють і управляють виробництвом є — бізнес-план.

Бізнес-план — документ, в якому комплексно обґрунтована стратегія (програма) розвитку всіх сфер діяльності підприємства на основі поточного та перспективного планування такої діяльності [1].

На думку багатьох сучасних вчених, використання цього документу є одним з ключових факторів успіху. Дослідники підкреслюють, що бізнес-план - це зручний інструмент для розробки стратегії діяльності компанії та контролю за їх управлінням.

Українське законодавство на сьогодні не закріплює обов'язковість розробки бізнес-плану. Для більшості українських комерційних підприємств це не є типовим документом [2, с. 115]. Враховуючи намагання України стати частиною європейської спільноти та покращити якість продукції, послуг та загалом ведення бізнесу (з метою підвищення конкурентоспроможності національних підприємств на світовому ринку), використання типових стислих економічних обґрунтувань ведення діяльності вже не задовольняє вимог щодо обґрунтування самої діяльності.

При ухваленні будь-якого рішення у компанії, важливим є аналіз не тільки внутрішніх можливостей компанії, але й дослідження зовнішнього середовища, яке є нестабільним. Для цього потрібно врахувати всі варіанти можливого розвитку подій і спланувати дії компанії. Саме такий процес називають бізнес-плануванням,

що забезпечує прогнозовану реакцію компанії на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Використовуючи базовий набір показників діяльності компанії та відповідні очікувані показники, можна отримати чітке уявлення про кінцеві результати діяльності у визначеній точці майбутнього. У перспективі, проведення відповідного аналізу ринку, можна підтвердити чи спростувати існуючі прогнози щодо ефективності діяльності компанії.

Основними причинами невдач, в процесі реалізації плану компанії можуть бути [3]:

- нечітке формування результатів діяльності;
- нечітке визначення тих задач, які необхідно виконати; результатом чого є неочікувані труднощі;
- дефіцит часу, грошей;
- невчасність виконання відповідних дій;
- не врахування зовнішніх факторів, внаслідок чого втрачаються сили і засоби на їхню нейтралізацію.

Отже, основною причиною наявних проблем стає слабкий контроль управління проектами, а конкретніше: невизначеність кількості ресурсів та витрат, термінів, цільових настанов та ігнорування впливу зовнішнього середовища.

Бізнес-план є тим інструментом, за допомогою якого встановлюються конкретні цілі та способи їх досягнення, а також аналізуються усі ризики і ринок ззовні. До того ж, він найбільш точно оцінює ефективність новаторської ідеї, можливість її реалізації, потенційну прибутковість і дозволяє контролювати управління проекту [4, с. 319].

В управлінні контроль займає важливе значення саме для зведення ризиків до мінімуму, з якими компанії стикаються на кожному кроці діяльності. На всіх етапах проекту важливим є зіставлення запланованих показників та наявних фінансових результатів. Тому, для оптимізації бізнес-процесу, досягнення більш високих результатів виробництва та перспектив найдієвішим інструментом контролю вважається бізнес-план.

Література

1. Бізнес-план [Електронний ресурс] // Економічний енциклопедичний словник. — Режим доступу: <http://www.subject.com.ua/economic/slovník/581.html>
2. Алексеева М.М. Планування діяльності фірми: навч.-метод. посібник / М.М. Алексеева. — К.: Фінанси і статистика, 2011. — 248 с.
3. Управління проектами [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.pm-start.ru/>
4. Янковець Т. М. Управління розвитком інноваційного потенціалу підприємства / Т. М. Янковець // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Збірник наукових праць. — Київ. — 2011. — № 6 (62). — С. 265—268.

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

В.М. Липецька, В.С. Витинник,

студенти факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування
Вінницького торговельно-економічного інституту

Київського національного торговельно-економічного університету

науковий керівник: ***Л.П. Середницька,***

старший викладач кафедри маркетингу та реклами

Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету

ВИКОРИСТАННЯ ВІЗУАЛЬНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГУ ЯК ІННОВАЦІЙНОГО ІНСТРУМЕНТУ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ APPLE

Анотація. У статті проаналізовано поняття візуального мерчандайзингу та його використання в магазинах Apple як одного з інноваційних інструментів мерчандайзингу, визначено необхідність його застосування та проаналізовано ефективність використання для підвищення конкурентоспроможності бренду Apple.

Ключові слова: мерчандайзинг, візуальний мерчандайзинг, викладка товарів, маркетингові інструменти.

Постановка проблеми. Нестабільна економічна ситуація в Україні значною мірою вплинула на вподобання та потреби вітчизняного споживача. Широкий асортимент товарів та послуг надає споживачу можливість вибору товару або послуги, не тільки за необхідністю в них, але й за фінансовим достатком чи особистих вподобаннях. В ситуації, що склалася, споживач став рушійною силою ринку і за його прихильність ведеться гостра конкурентна боротьба між підприємствами-виробниками. В таких конкурентних умовах сучасний бізнес важко уявити без використання інноваційних маркетингових технологій та інструментів, які привертають увагу споживача та сприяють виникненню бажання придбати товар або послугу. Одним із таких бажання виникненню бажання придбати товар або послугу. Одним із таких інструментів привернення уваги споживача є використання візуального мерчандайзингу. Саме тому, зважаючи на наявні тенденції, актуальною проблемою є знаходження шляхів стимулювання покупців, використовуючи інструменти візуального мерчандайзингу, що відіграють одну з головних ролей представлення товару для максимального збільшення продажів.

Стан дослідження. Термін «мерчандайзинг» походить від англійського слова «merchandise» (товари), «to merchandise» (торгувати). Прямий переклад слова «merchandising» — торгівля, мистецтво збуту. Відомі науковці, зарубіжні та вітчизняні фахівці з мерчандайзингу А. Веллхофф, А. Мазаракі, К. Канаян,

Р. Колборн, розглядають мерчандайзинг як комплекс заходів в торговому залі, що направлені на просування того або іншого товару чи марки. Найбільш значимий теоретичний внесок у створення концепції ефективного використання візуального мерчандайзингу внесли науковці Тоні Морган та Дмитро Галун, які дослідили в своїх працях особливості використання візуального мерчандайзингу, оформлення вітрин магазину та його дизайн.

Виклад основного матеріалу. В сучасних умовах мерчандайзинг є одним з основних інструментів формування атмосфери у торговельній залі та впливу на споживача. У Оксфордському словнику бізнесу мерчандайзинг трактується як «збутова політика роздрібного торговця, яка пов'язана з просуванням і збутом певних товарів» [1].

Провідні експерти-практики в галузі роздрібної торгівлі Кіра і Рубен Канаян характеризують мерчандайзинг як маркетинг в роздрібній торговельній точці, розробку і реалізацію методів і технічних рішень, спрямованих на вдосконалення пропозиції товарів, в тому місці, куди споживач традиційно приходить з ціллю здійснити покупку [2, с. 15].

Поняття візуального мерчандайзингу має дещо вужче значення і має на увазі комплекс заходів, які здійснюють ритейлери для організації торгового простору і представлення товару таким чином, щоб збільшити обсяги продажів.

Візуальний мерчандайзинг — це створення у покупців досвіду, який передає індивідуальність бренду і всіх його цінностей. Він включає: вітрини; фасад магазину; зонування магазину; розстановку устаткування; мерчандайзинг торгового залу; стилістику манекенів; стіни і столи; маркетингові акції; POS-матеріали; обслуговування; форму персоналу; музику; аромамаркетинг.

Візуальний мерчандайзинг — це створення простору, де покупці повністю можуть відчувати і випробувати цінність бренду.

Ні для кого не секрет, що майже всі продавці електроніки, комп'ютерів та іншого ІТ наводять Apple Store як приклад поєднання інновацій та стилю в облаштуванні магазину таким чином, що виникає бажання повернутися знову, а це одна з найважливіших вимог для мерчандайзингу: повернутися і здійснити повторну покупку.

Зважаючи на популярність бренду слід звернути увагу, що саме споживач бачить в Apple Store? По-перше, це сам бренд Apple. Він не такий як інші, більш інноваційний і має чітку стратегію. Магазины Apple - відображення цієї стратегії, сучасного маркетингу і найбільш інноваційного продукту, що кидає виклик часу. По-друге, дизайн магазинів зроблений так, щоб показати всі можливості продукції Apple, а співвідношення бренд/викладка ідеальне [3].

Лише невелика частина магазину використовується в Apple Store, щоб власне продавати товар. Торгові точки Apple не складаються з відділів по категоріях товарів, там продукція групується відповідно до потрібних користувачеві «рішень», з тим, як можна ті чи інші гаджети використовувати. Велика частина торгової площі віддана під демонстраційний простір, де покупці можуть розглянути гаджети, задати запитання продавцям в Genius Bar. Магазины Apple працюють за принципом консьерж-сервісів в хороших дорогих готелях.

Чим славляться фахівці по візуальному мерчендайзингу бренду Apple ?

1. Організація торгового простору

Використовуючи свої знання і досвід, уваге до деталей і фантазію вони роблять так, що товар починає «радувати око» і у відвідувачів виникає бажання купити його!

2. Графіка

Графіка і великі постери створюють додатковий емоційний фон для товару, виконуючи також і навігаційно-інформативну функцію.

3. Викладення товару

Щоб ефективно презентувати товар, фахівець по візуальному мерчендайзингу працює з фахівцем ритейлера (байером, категорійних менеджером і т.д.). Це необхідно для розуміння стратегії і цільової аудиторії роздрібної точки.

4. Освітлення

Правильне освітлення відіграє велику роль у візуальному сприйнятті товару покупцем. Коригування рівня і типу освітлення також входить в арсенал візуального мерчендайзера.

5. Торговельне обладнання

Візуальний мерчендайзер у співпраці з дизайнером допомагає підібрати або розробити торговельне обладнання, яке найкращим чином буде підходити для певного товару.

6. Дизайн торгового залу

Візуальний мерчендайзер завжди бере участь в процесі створення нового або оновленні існуючого магазину. Співпрацюючи на цьому етапі з дизайнером інтер'єру і менеджером проекту по відкриттю магазину. Він утримує фокус інтересів як ритейлера, так і покупців.

7. Цінники і POS-матеріали

Візуальний мерчендайзер працює в тісній співпраці з відділом маркетингу, щоб більш точно і в потрібному місці донести маркетингове повідомлення до покупців в торговому залі.

Використання візуального мерчендайзингу і POS-матеріалів тільки допомагають зробити вибір, підібрати оптимальне рішення для кожного, виходячи з потреб. Важливо, що будь-який пристрій можна спробувати в дії, як він працює в комплексі з іншими пристроями.

Бренд Apple використовує в Apple Store основні закони візуального мерчендайзингу:

– «закон ідентичності бренду»: ідейно-художня концепція дизайну і вибір засобів художньої виразності магазину ідентична концепції бренду і відповідає очікуванням цільової аудиторії.

– «закон золотого трикутника». Каса, вхід в магазин і колекція гаджетів розташовуються між собою таким чином, створюючи трикутник з максимальною площею. Усередині цього трикутника розміщені товари, найбільш актуальні на даний момент.

За даними Міжнародної асоціації реклами в місцях продажів (ROPAI), правильне розміщення в магазині товарних груп, а також врахування поведінки

покупців, можливо збільшити продажі в середньому на 10%. Вірне викладення підніме дохід ще на 15%, а прийоми акцентування (колір, розташування) – ще на 25%. В цілому ж, за інших рівних умов, рівень продажів «правильного» магазину можуть бути на 200-300% вище, ніж в аналогічній торговій точці, де товар розкладений довільно [4, с. 127].

Слід зазначити, що важливим інноваційним інструментом візуального мерчандайзингу, який використовує компанія Apple є електронна реклама. Перевагами використання такої реклами є її корисність та інтерактивність. Головна функція моніторів, що використовуються – інформаційно-довідкова. Реклама впроваджується у свідомість споживача опосередковано, через представлення інформації, яку запитують, що підвищує її ефективність. В фірмових магазинах Apple поруч з кожним товаром розміщується i-Pad, який не тільки інформує споживача про товар, а й викликає консультанта у разі необхідності, що сприяє пришвидшенню обслуговування покупців [5, с. 81].

При використанні візуального мерчандайзингу Apple використовує певний набір заходів, які впливають на ефективність торговельної діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

**Заходи впливу візуального мерчандайзингу
на ефективність торговельної діяльності бренду Apple**

№ з/п	Заходи мерчандайзингу	Зміна ефективності торговельної діяльності
1	Зміна способу викладення товарів на полицях	За рахунок зміни існуючої горизонтальної викладки на вертикальну, забезпечується збільшення обсягів продажу продукції на 30%
2	Оновлення вигляду торговельного підприємства	Кольори впливають на підсвідомість людини, забезпечують їй гарний настрій, і за рахунок цього відбувається придбання більшої кількості товарів в середньому на 12%
3	Використання музичного супроводу	Покупці проводять в магазині, де використовується музичний супровід, на 19% більше часу і на 13% більше, ніж зазвичай, витрачають грошей
4	Впровадження використання ароматів у торговельному залі	При застосуванні аромамаркетингу продажі зростають на 13%

Згідно впливу заходів зізуальний мерчандайзинг для бренду Apple допомагає в наступному:

- 1) грамотно і ефективно розташувати товар в залі;
- 2) полегшити пошук товару в відділі, направити відвідувача;

3) створити сприятливу атмосферу і зробити процес покупки надзвичайно приємним.

Висновки. Візуальний мерчандайзинг це не тільки привабливі вітрини. Він включає в себе набагато більше. Планування магазину і викладка товару, освітлення і музика, рекламні та навігаційні елементи, колірне рішення торгового залу. Все це разом, якщо воно організовано грамотно і гармонійно, створює ту унікальну і дружню атмосферу в роздрібній точці, яка сприяє збільшенню продажів. В Apple Store поєднання візуального мерчандайзингу і інноваційних технологій настільки вдале, що споживача захоплює і атмосфера всередині, і можливість все відчувати на дотик, перевірити на практиці., а прихильність споживача є запорукою успішного існування бренду Apple.

Література

1. A Concise Dictionary Bisness. — London, 2000.
2. Канаян К. Мерчандайзинг / К. Канаян, Р. Канаян. — М: РИП-холдинг, 2013. — 236 с.
3. Юрьев Р. Успех Apple Store, которого никто не ждал [Електронний ресурс] / Роман Юрьев. — 2015. — Режим доступу до ресурсу: <https://www iPhones.ru/iNotes/apple-store-retrospective-and-success>.
4. Мельник І. Мерчандайзинг. / І. Мельник, Ю. Хом'як — К.: Знання, 2014. — 309 с.
5. Толмачева І. А. Эффективный мерчендайзинг. Взгляд поставщика / Ирина Алексеевна Толмачева. — Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2012. — 159 с.
6. Веллхофф А. Мерчандайзинг: эффективные инструменты и управление товарными категориями / А. Веллхофф, Ж.-Э. Масон. — М.: Издательский Дом Гребенникова, 2014. — 280 с.

УДК 659:658.821 (045)

О.М. Лозовський,

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

О.О. Осадчук,

студент факультету економіки, менеджменту та права
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Анотація. У статті розглядається сутність та необхідність застосування іміджу як фактора конкурентоспроможності і ефективності функціонування підприємства у сучасних ринкових умовах. Досліджено завдання, структуру та етапи формування іміджу підприємства. На основі проведеного аналізу запропоновані засоби формування позитивного іміджу на вітчизняних підприємствах.

Ключові слова: імідж, конкурентоспроможність, позитивний імідж, негативний імідж, ефективність іміджу, завдання іміджу, етапи формування іміджу, структура іміджу.

Постановка проблеми. Конкуренція є досить важливим атрибутом ринкової економіки, без якої вона не може існувати. Трансформаційні процеси в економіці вимагають від суб'єктів господарювання формування відповідного рівня конкурентоспроможності. Для цього підприємству необхідно створювати певні переваги і вміти їх правильно застосовувати.

Конкурентоспроможність підприємства являє собою здатність окремого суб'єкта випереджати свого суперника в досягненні поставлених цілей на конкурентному ринку [1, с. 57].

Оцінка конкурентоспроможності і будь-яких змін, що відбуваються на підприємстві, дає змогу визначити напрями його розвитку.

Конкурентоспроможність будь-якої організації залежить від багатьох факторів. Одним з важливих аспектів загального сприйняття та оцінки підприємства, що забезпечує переваги над конкурентами, є імідж.

Позитивний імідж гарантує підприємству співпрацю з постійними партнерами і клієнтами, дає змогу залучати нових споживачів товарів і послуг, збільшувати обсяг продажів, залучати нових інвесторів. Також імідж фірми підтримує високу конкурентоспроможність, забезпечує доступ до матеріальних, фінансових і трудових ресурсів.

Стан дослідження. Питанню формування іміджу підприємства присвячено багато робіт таких науковців, як: Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко, О. Ю. Іванова, І. В. Альошина, А. К. Семенова, Л. Е. Орбан-Лембрик, Ф. І. Карков, І. Г. Шавкун, О. С. П'ятіна та інших.

Разом з тим, у контексті розгляду даної проблеми, на наш погляд, недостатньо уваги приділено методам підвищення іміджу, їх значенню для підприємства. Особливого розгляду потребують питання аналізу факторів, що впливають на імідж підприємства і від яких залежить їхня ефективність.

Виклад основного матеріалу. В сучасних умовах жорстокої конкуренції для підприємств, які пропонують ідентичні товари та послуги, досить важливо завоювати ринок збуту. Цього неможливо досягнути, якщо фірма не має позитивного іміджу.

Імідж підприємства формується у свідомості споживачів, які вибирають товар або послугу з найкращими характеристиками, тому він може розглядатися як основа підвищення конкурентоспроможності. Існує велика кількість визначень поняття «імідж», що трактують його з різних точок зору. Розглянемо деякі з них.

Орбан-Лембрик Л. Е. трактує імідж як враження, яке організація та її працівники справляють на людей і яке фіксується в їхній свідомості у формі певних стереотипних уявлень [2, с. 37].

Семенов А. К. стверджує, що імідж — це навмисне спроектований в інтересах підприємства образ, що ґрунтується на особливостях діяльності, внутрішніх закономірностях, властивостях, перевагах, якостях і характеристиках, і який цілеспрямовано входить у свідомість цільової аудиторії і вирізняє компанію від конкурентів [2, с. 38].

Альошина І. В. трактує імідж як образ організації, який підвищує конкурентоспроможність підприємства на ринку, приваблює клієнтів та партнерів [3].

На нашу думку, імідж є важливою умовою, яка захищає підприємство від конкурентів і закріплює його позиції на ринку, і без якої неможливо досягти стійкості і позитивного ділового успіху. Імідж відіграє важливе значення у здобутті організацією певної ринкової сили, укріпленні позиції відносно товарів-замінників, оскільки він є одним із механізмів психологічного впливу на інших людей.

Будь-яка організація має певний образ у свідомості суспільства, незалежно від того, чи працює вона над його створенням. Для організації набагато вигідніше цілеспрямовано формувати свій сприятливий імідж, адже в іншому випадку образ формується під впливом не завжди достовірної інформації, думок конкурентів тощо.

Загалом, для будь-якого підприємства досить важливо правильно організувати роботу підприємства з підтримки власного іміджу. Для цього необхідно дотримуватися поетапності роботи з формування іміджу.

Процес формування іміджу повинен складатися з наступних етапів (рис. 1).

На першому етапі необхідно правильно зібрати інформацію щодо початкової позиції підприємства на ринку. Для цього проводяться опитування і анкетування, а отримані результати аналізують, і на їх основі формують рівень іміджу.

На другому етапі розробляються заходи щодо покращення іміджу. Для цього потрібно розробити стратегію розвитку, яка включає цілі, завдання, місію, конкурентні переваги, сегменти ринку, корпоративну культуру та інші компоненти.

Також можуть бути розробки щодо нововведень, які можуть зацікавити цільову аудиторію.

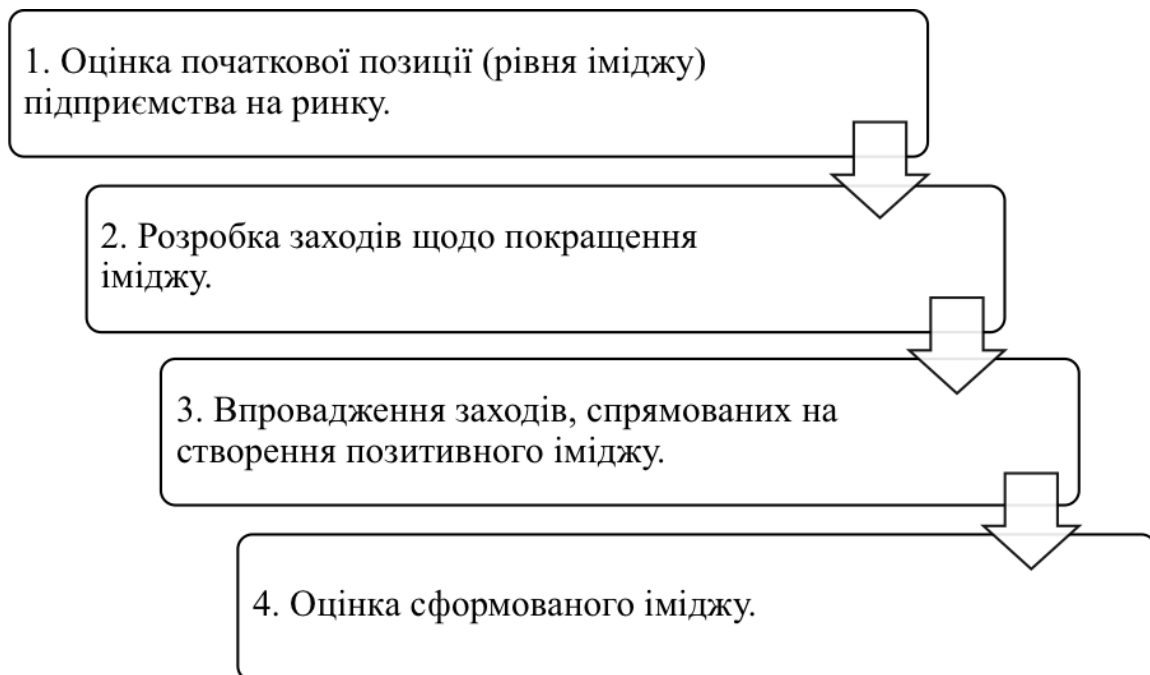


Рис. 1. Етапи формування іміджу підприємства

Мета створення іміджу полягає у реалізації наступних цілей [4, с. 5]:

- підвищення якості та ефективності реклами та інших заходів, спрямованих на просування товару на ринку;
- мінімізація операційних витрат щодо виведення на ринок нових товарів та послуг;
- підвищення конкурентоспроможності фірми, оскільки в умовах насиченості ринку ідентичними товарами чи послугами конкуренція ведеться на рівні іміджу фірм.

На даному етапі важливо також враховувати внутрішній та зовнішній імідж організації. Внутрішній та зовнішній імідж включає в себе певні елементи, кожен з яких набуває великого значення залежно від особливостей споживача або відповідно до обставин, у яких даний споживач знаходиться. Представимо на рис. 2 структуру іміджу підприємства за внутрішньою та зовнішньою складовими.

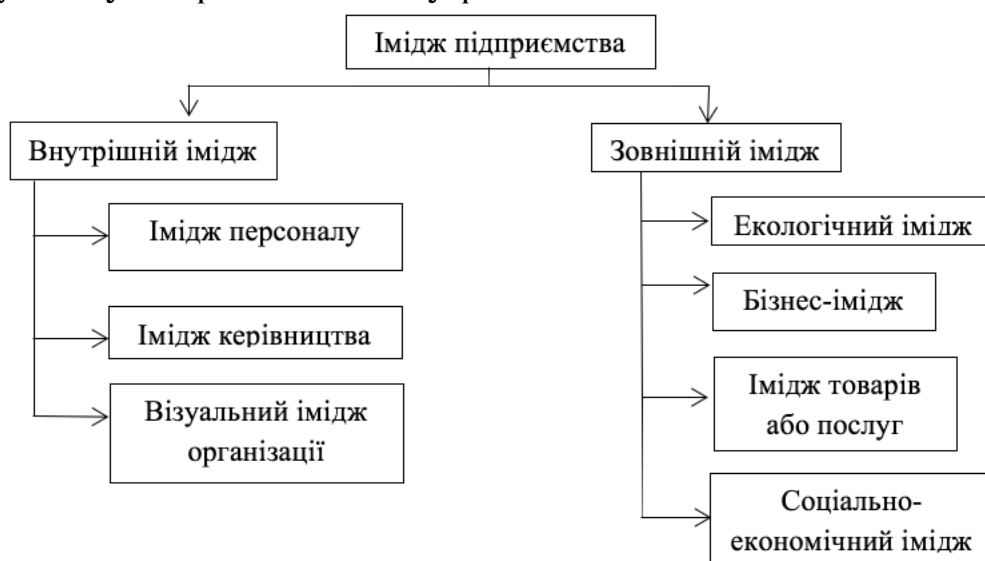


Рис. 2. Структура іміджу підприємств

Внутрішній імідж, хоча і опосередковано, але значно впливає на споживачів. На нашу думку, найважливішим елементом внутрішньої складової є імідж персоналу. Він розглядається не тільки як фактор конкурентоспроможності організації, але і як важливе джерело інформації про організацію для зовнішніх аудиторій, а отже і як потужний потенціал для формування позитивного іміджу. Для вдосконалення внутрішнього іміджу необхідно формувати корпоративну культуру, вдосконалювати кадрову та мотиваційну політику тощо.

Зовнішній імідж прямо впливає на думку споживачів, тому важлива кожна складова. Бізнес-імідж включає в себе такі складові, як: ділова репутація, якість та стандарти сервісу, ділова активність організації. Імідж товарів або послуг являє собою уявлення та оцінку людей щодо певних характеристик, які має товар. Соціально-економічний імідж формується за допомогою інформування громадськості про соціальні аспекти діяльності організації, такі як: спонсорство, підтримка громадських рухів, участь у вирішенні проблем зайнятості, охорони здоров'я тощо [5, с. 34]. Тому з метою вдосконалення зовнішнього іміджу

підприємства необхідно брати участь у виставках, ярмарках, за допомогою яких можна прорекламувати власну продукцію.

На третьому етапі впроваджуються заходи, спрямовані на створення позитивного іміджу, що є одним з основних інструментів покращення становища на ринку, і який вирізняє його від конкурентів, підсилює ринкові позиції, збільшує ринкову вартість компанії, розширює коло постійних споживачів.

Оцінити результати від заходів щодо створення позитивного іміджу можна з урахуванням наступних факторів [2, с. 42]:

- рівня лояльності клієнтів до організації;
- популярності бренду компанії;
- можливості сфокусувати маркетинг на просуванні бренду, а не на окремих товарах або послугах;
- зниження витрат на етапі виведення нового продукту на ринок за рахунок сформованої довіри до бренду;
- підвищення привабливості компанії і можливість наймати більш кваліфіковані кадри.

Також позитивний імідж організації має відповідати наступним умовам: відповідність, оригінальність, адекватність та пластичність [6, с. 180].

Тобто він повинен відповідати нормам, стандартам, традиціям та вимогам, які пред'являються до організації, відрізнятися від інших організацій, швидко пристосовуватися до умов праці на ринку та змін у сучасному світі. Як правило, позитивний образ організації економить її ресурси, а негативний — значно збільшує витрати. Тому дуже важливо, щоб на підприємстві постійно турбувалися про створення позитивного іміджу. На четвертому етапі формування іміджу підприємства проводиться його оцінка. Ефективність іміджу можна оцінити наступними характеристиками [7, с. 294]:

- правдоподібність, тобто відповідність реально існуючому образу чи специфіці фірми;
- яскравість (неординарність), тобто імідж повинен відрізнятися від інших фірм (товарів), особливо однотипних;
- рухливість (здатність до трансформації);
- зрозумілість (доступність);
- «близькість» цільової аудиторії;
- затребуваність (у певний час у певному місці).

На даному етапі можна зробити висновок про те, чи досягло підприємство запланованих результатів, чи ні. Якщо буде встановлено, що отриманий імідж не відповідає запланованому, не є ефективним, то необхідно почати все спочатку.

Формуванню позитивного іміджу підприємства, на нашу думку, сприятимуть наступні фактори:

- екологічна безпека товарів чи послуг, що пропонуються;
- реклама організації в засобах масової інформації;
- підвищення ефективності управління підприємством;
- корпоративна культура;
- гнучкість цін;

- фінансова стійкість;
- торговельно-збутова та рекламна політика.

Висновки. Загалом, ефективна діяльність підприємства залежить не тільки від якості товарів чи послуг, а й від його іміджу. На сьогоднішній день імідж є однією з найважливіших характеристик організації, чинником довіри до неї та її товару, а отже, запорукою її конкурентоспроможності. Тому невід'ємною частиною діяльності кожної організації є правильне та доцільне управління іміджем, формування ефективної реклами. Вдало сформований імідж запам'ятовується і закріплюється у свідомості цільової аудиторії, він є своєрідним сигналом до позитивного сприйняття підприємства і основним фактором його конкурентоспроможності на ринку.

Література

1. Іванов Ю. Б. Управління конкурентоспроможністю підприємства / Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко. — Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. — 320 с.
2. П'ятіна О. С. Основні підходи до сутності іміджу в теорії і практиці державного управління / О. С. П'ятіна // Державне управління: теорія та практика. — 2014. — № 3. — С. 35–44.
3. Алешина И. В. Рост значимости имиджа в деятельности организации [Электронный ресурс] / И. В. Алешина. — Режим доступа : <http://www.unikom.ru/>
4. Бондаренко С. М. Імідж організації: сутність, зміст та основні етапи формування / С. М. Бондаренко, К. В. Ліфар // Вісник київського національного університету технології та дизайну. — 2014. — № 2. — С. 4–10.
5. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації / І. Г. Шавкун, Я. С. Дибчинська. — З. : ЗНУ, 2016. — 111 с.
6. Семенчук Т. Б. Сучасна модель формування іміджу організації / Т. Б. Семенчук, О. Г. Гера // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. - 2014. — Вип. 7 (3). — С. 178–181.
7. Карков Ф. И. Рекламный рынок: методика изучения / Ф. И. Карков, А. А. Родионов. — М. : Экзамен, 2010. — 326 с.

УДК 658.114 (045)

О.М. Лозовський,

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

М.О. Молодцова,

студент факультету економіки, менеджменту та права
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Анотація. В статті досліджено суть корпоративного управління. Визначено проблеми розвитку вітчизняного корпоративного управління та причини, що їх породжують. Розглянуто критерії оцінки ефективності корпоративного управління та визначено основні напрямки його удосконалення.

Ключові слова: акціонери; корпоративне управління; корпоративні відносини; корпорація; проблеми розвитку корпоративного управління; удосконалення корпоративного управління.

Постановка проблеми. Перебуваючи в стадії набуття чітких форм і характеристик, українська модель корпоративного управління на сьогоднішній день стикається з низкою проблем, з якими вітчизняний бізнес не в змозі боротися належним чином.

Фахівці і найбільші компанії, які вивчають зміни в корпоративному управлінні і беруть безпосередню участь у його формуванні, виділяють ряд актуальних проблем, що вимагають пильної уваги і вивчення, адже ефективне корпоративне управління є одним з визначальних факторів конкурентоспроможності підприємства, зміцнення сектору економіки та являється базисом забезпечення інноваційного розвитку держави.

Стан дослідження. Фундаментальні основи корпоративного управління закладені в роботах А. Берлі, Дж. М. Кейнса, М. Портера, Е. Острома, О. Вільямсона.

У вітчизняній економічній науці питанням корпоративного управління почали приділяти значну увагу, починаючи з кінця 90-х рр. XX ст. Це пов'язано з розвитком трансформаційних процесів в економіці та об'єктивною необхідністю становлення нової системи відносин, заснованої на принципах корпоративного менеджменту. Серед вітчизняних науковців проблеми корпоративного управління досліджували Л.А. Бардаченко, Д.В. Задихайло, О.Р. Кібенко, С.І. Козлов, К. Майєр, Г.В. Назарова, М.І. Небавата та інші.

Проте, не зважаючи на численні теоретичні доробки вчених на даний час існує ще цілий ряд питань в сфері корпоративного управління в Україні, які потребують вирішення.

Метою статті є дослідження основних проблем розвитку корпоративного управління в Україні та окреслення шляхів щодо їх подолання.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день тема корпоративного управління набула особливого значення. Підвищена увага до цього питання в сучасних умовах як в Україні, так і у світі пояснюється тим, що ефективно керовані компанії роблять більш значний внесок у національну економіку й розвиток суспільства в цілому і вони є більш стійкі фінансово.

Існують різні трактування поняття «корпоративного управління». Так, за визначенням Н. Г. Дулиби «корпоративне управління — це організаційна модель, покликана з одного боку, регулювати взаємовідносини між менеджерами компанії та її власниками, а з іншого — узгоджувати цілі різних зацікавлених сторін, забезпечуючи таким чином ефективне функціонування компанії. Система корпоративного управління передбачає розподіл прав та обов'язків між учасниками корпоративних відносин, за рахунок чого формується структура завдань щодо діяльності корпорації, способи реалізації поставлених завдань і відстежуються результати діяльності» [1].

Згідно з трактуванням поняття міжнародними організаціями, серед яких: Світовий банк реконструкції та розвитку, Організація економічного

співробітництва і розвитку, міжнародне рейтингове агентство «Standard&Poor's»: корпоративне управління — це система координації і контролю за діяльністю підприємства, заснована на поділі прав власності та прав керування, що забезпечує баланс інтересів усіх фінансово зацікавлених сторін [2].

Ефективне корпоративне управління відкриває перед компанією принципово нові можливості розвитку бізнесу: поліпшення фінансових результатів компанії за рахунок залучення інвестованого капіталу, підвищення показників рентабельності та продуктивності праці, а мобілізація капіталу під час виникнення перспективних проектів відбуватиметься значно швидше, ніж у конкурентів, рівень організації корпоративного управління яких потребує доопрацювання.

Саме тому, необхідно звернути увагу на основні проблеми, які «гальмують» розвиток корпоративного управління. Однією з них є той факт, що лише близько третини керівників українських компаній розглядають корпоративне управління як один з найважливіших ресурсів успішного розвитку суб'єкта господарювання.

Наступною важливою причиною недостатнього розвитку корпоративних відносин слід назвати недосконалість українського корпоративного законодавства, яке повинно відповідати наявним міжнародним стандартам нормативної корпоративної поведінки. В якості таких можуть виступати Принципи корпоративного управління Організації економічного співробітництва і розвитку, а саме: система корпоративного управління повинна захищати права акціонерів; забезпечувати однаково справедливе ставлення до них, включаючи дрібних та іноземних акціонерів; надавати своєчасне й точне розкриття інформації з усіх найважливіших питань, що стосуються товариства та інше [3]. На основі цього постає наступна проблема, пов'язана із низькою прозорістю багатьох вітчизняних компаній та утрудненням доступу до інформації про фінансовий стан діяльності підприємств.

Поряд з вищеназваними, існує ще ряд проблем, які стримують розвиток корпоративного управління, а саме:

- слабкість механізмів контролю за діяльністю менеджменту. В результаті менеджери підзвітні тільки домінуючому власнику (а не всім акціонерам) і, як правило, афілійовані з ним;
- розподіл прибутку за позадивідендними каналами. Тобто прибуток отримують не всі акціонери, а тільки домінуючі власники;
- часте застосування неетичних і навіть незаконних методів. Однак вони, на наш погляд, є похідними від існуючих «рамкових» умов і можуть бути вирішені в межах конкретного суб'єкта господарювання [4, с. 80].

Названі проблеми поглиблюються відсутністю загальновизнаної методики оцінки ефективності корпоративного управління. В даний час оцінка корпоративного управління в більшій мірі являє собою аналіз з використанням нефінансових критеріїв оцінки. Серед існуючих методів якісної оцінки корпоративного управління в компаніях виділяють рейтинги корпоративного управління і систему моніторингу корпоративного управління тієї чи іншої компанії.

До основних зарубіжних індикаторів слід віднести рейтинги агентства Standard&Poor's, CORE-рейтинг, рейтинг Brunswick UBS Warburg, Російського інституту директорів і рейтингового агентства «РІД — Експерт РА» тощо.

До вітчизняних — Індекс корпоративного управління в Україні (УІРФР) та Рейтинг корпоративного управління рейтингового агентства «Кредит-рейтинг» [5].

Разом з тим при застосуванні даних методів оцінки спостерігаються наступні недоліки:

- вони можуть бути застосовані тільки до підприємств з ефективно діючими механізмами корпоративного управління;
- вітчизняні методики дають найчастіше суперечливий результат, тому що ґрунтуються на думках експертів;
- зарубіжні методики не завжди можливо застосувати до українських корпорацій, так як вони не задовольняють вимоги зарубіжних оцінювачів в прозорості інформації;
- в якості інформаційної бази використовується інформація, розміщена на сайті підприємств, яку з точністю до 100 % не можна назвати достовірною;
- в методиках не конкретизовано фінансові критерії оцінки діяльності підприємства [5].

Отже, дану проблему також можна назвати ключовою і вона потребує вирішення.

Характерними рисами ефективного корпоративного управління за визначенням Світового банку є:

- прозорість: розкриття фінансової та іншої інформації про діяльність компанії; внутрішні процеси контролю і нагляду за діяльністю менеджменту; захист і забезпечення прав і інтересів всіх акціонерів;
- незалежність директорів у визначенні стратегії компанії, затвердження бізнес-планів, прийняття інших важливих рішень; призначення менеджерів, контроль за їх діяльністю [6, с. 123].

Організація економічного співробітництва та розвитку виділяє такі риси ефективного корпоративного управління:

- чесність — впевненість інвесторів в захисті своїх коштів;
- прозорість — своєчасне розкриття компанією достовірної і повної інформації про свій фінансовий стан;
- відповідальність — дотримання компанією законів і етичних норм [6, с. 124].

З урахуванням вищенаведеного, необхідним стає використання наступних заходів, спрямованих на подальший розвиток корпоративного управління в діяльності вітчизняних підприємств, а саме:

1. Активізації роботи українських компаній по розробці Кодексів корпоративного управління і дотримання стандартів корпоративного управління з метою підвищення інвестиційної привабливості. Системне вдосконалення практики корпоративного управління має бути розпочато з розробки і

затвердження Кодексу корпоративного управління, адже він переконує інвесторів в тому, що компанії будуть діяти в інтересах всіх акціонерів і надавати їм можливості оперативно отримувати достатню інформацію про стан справ в компанії.

2. Удосконаленні корпоративного законодавства, що полягає у забезпеченні балансу інтересів всіх учасників корпоративних відносин та підвищенні ефективності корпоративного управління загалом.

3. Підвищенні прозорості бізнесу за допомогою застосування міжнародних стандартів обліку та звітності (МСФЗ, GAAP).

4. В якості заходів щодо вдосконалення методики оцінки ефективності корпоративного управління необхідно використати комплексний підхід, що поєднує в собі як фінансові, так і нефінансові критерії оцінки.

Серед нефінансових критеріїв оцінки рівня розвитку корпоративного управління необхідно виділити:

- наявність Кодексу корпоративного управління і відповідність його вимогам;
- оцінку структури управління та можливості передачі повноважень від одних осіб до інших;
- подання звітності у форматі міжнародних стандартів обліку та фінансової звітності;
- розкриття інформації про бенефіціарів.

Серед фінансових критеріїв, які потребують оцінки, необхідно виділити такі: коефіцієнт концентрації власного капіталу, коефіцієнт фінансування, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами, рентабельність власного капіталу.

За поєднанням вищенаведених показників та отриманням їх сумарної кількості балів відбувається ранжування компаній на класи по рівню ефективності корпоративного управління та на основі цього розглядаються відповідні висновки і рекомендації для прийняття управлінських рішень.

Механізм оцінки ефективності корпоративного управління за цим підходом можна представити у вигляді наступної схеми (рис. 1).



Рис. 1. Механізм оцінки ефективності корпоративного управління

Розглянута методика оцінки рівня корпоративного управління має ряд переваг:

- заснована на фактично наявних даних, одержуваних з річних звітів та фінансової звітності, тобто виключається суб'єктивний фактор;
- може бути застосована до будь-яких підприємств, як з розвиненою практикою корпоративного управління, так і до тих, де корпоративне управління перебуває в зародковому стані;
- в ній містяться основні показники діяльності, що першочергово впливають на підвищення ефективності корпоративного управління;
- охарактеризована фінансово-економічна сторона діяльності підприємств — фінансова стійкість, тобто здатність зберігати і примножувати кошти власників; платоспроможність — можливість розрахуватися за своїми боргами, вміння оптимізувати структуру поточних активів і пасивів; рентабельність — здатність до отримання прибутку і ефективному веденню справ.

Висновки. За результатами проведеного дослідження можна зробити висновки, що корпоративне управління являє собою складний процес, який поєднує організаційно—правові, економічні, мотиваційні, соціально—психологічні та інші механізми. А його вдосконалення залишається одним із пріоритетних завдань не лише на рівні підприємства, а й на загальнодержавному рівні, адже розвиток корпоративного управління сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств та розширенню їх доступу до зовнішніх джерел фінансування, що є однією з умов стійкого зростання вітчизняної економіки.

Література

1. Дулиба Н. Г. Особливості розвитку корпоративного управління в Україні за умов фінансової нестабільності / Н.Г. Дулиба [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.economy-confer.com.ua/full_article/613/.
2. Леось О. Ю. Удосконалення корпоративного управління в Україні: проблеми та напрями / О. Ю. Леось, А. А. Нікітіна — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2013-01\(9\)/13louupn.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2013-01(9)/13louupn.pdf)
3. Принципи корпоративного управління ОЕСР — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=36989>
4. Коробка С.В. Корпоративне управління в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення — Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького, 2016, т 18, № 2 (69) — С. 80—83.
5. Шульга І. П. Рейтинг корпоративного управління акціонерних товариств: порівняння світового та вітчизняного досвіду — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=401>
6. Антоненко В.І. Корпоративне управління — важливий елемент менеджменту на підприємстві / В.І. Антоненко // Вісник КНТЕУ. — 2014. — № 3. — С. 120—128.

А.В. Полякова,
студентка факультету економіки, менеджменту та права
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету
науковий керівник: **А.І. Калініченко,**
кандидат педагогічних наук, доцент кафедри іноземної філології та перекладу
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НАЗВ КІНОСТРІЧОК

На сьогодні ми все частіше помічаємо стрімкий вплив на наше життя з боку всіх культур світу. Це обумовлюється розвитком взаємозв'язків на політичному, економічному та культурному рівнях. До нас надходить досить багато інформації, яку ми здобуваємо з різних джерел, але ця інформація нерідко буває неякісною. Виробництво кінострічок за кордоном переросло в кіноіндустрію, та через велику кількість нових фільмів, які з'являються дуже швидко, перекладачі не встигають приділяти належну увагу перекладу чергового фільму, внаслідок чого глядачі інколи отримують неякісний або незрозумілий переклад назв фільмів.

Існує безліч чинників, які впливають на переклад назви фільму з однієї мови іншою. Одним із таких чинників можна вважати відмінність двох культур, яка спостерігається в кожній сфері людського життя. Нерідко саме фільми стають головним джерелом і засобом створення образу «чужої» культури. Цей чинник необхідно враховувати при перекладі назв задля уникнення непорозумінь, які можуть призвести до втрати однієї з головних функцій кінострічки - інформаційної. Для правильного розуміння перекладу необхідною умовою є попереднє ознайомлення зі стрічкою, особливо, коли назви фільмів мають елементи образності. Таке ознайомлення є дуже важливим, тому що назва дуже часто виконує комунікативну та прагматичну функцію і має відображати головну ідею фільму. Тому, під час перекладу назв фільмів, перед перекладачем постає найгостріша проблема - правильний вибір трансформації, щоб зробити назву яскравою, такою, що викликає інтригу та інтерес до перегляду й одночасно зберегти її змістовно-образне навантаження.

Доречним представляється, вслід за Дж. Іварссоном і Дж. Діас Цинтас, розділити всі неточності при перекладі назв фільмів на дві основні секції - помилки, допущені через недостатній рівень перекладацької компетенції, а також «кон'юнктурно-креативні» ляпсуси [1].

Значною проблемою є малограмотність «перекладачів» фільмів, що заміщають відсутність знань мови надлишком самовпевненості і вирішують всі питання приблизними переказом сенсу назви або бездумним використанням словника. З одного боку, вони псують фільми своїми недолугими спробами впоратися з незрозумілим текстом. З іншого - знижують довіру до перекладачів у цілому, перекладаючи по декілька фільмів на день. Саме від таких майстрів слова ми і отримуємо «*Чорну діру*» і навіть «*Чорну нітьму*» замість «*Пітьма непроглядна*» (Pitch Black), переконливо незрозуміле «*Омен*» замість

«Знамення» (The Omen), «Чорну орхідею» замість «Чорної жоржини» (Black Dahlia), «Поліцію Маямі: Відділ моралі» замість «Відділу по боротьбі з оргзлочинністю» (Miami Vice) [2].

Нажаль, сучасний інформаційний простір заповнений неякісними перекладами фільмів, що виконуються перекладачами, які зазвичай більше зацікавлені у кількості, ніж у якості перекладених кінострічок і тому не дуже замислюються над процесом відтворення незрозумілих назв і понять, які часто зустрічаються у іноземних фільмах. Це спричинює численні помилки, як, наприклад, переклад *Miami Vice* як «Поліція Майами: Відділ моралі» у виконанні студією телеканалу «Україна». Перше словникове значення лексеми *vice* - «*гріх*» [3, с. 712], звідси було отримано *відділ моралі*. Але, насправді, в оригіналі відсутні вказівки на неіснуючий «*відділ моралі*», і такий варіант дезорієнтує глядача, оскільки англomовна назва має значення «*Відділ з боротьби з оргзлочинністю*». Схожим прикладом є «*Початок*» / *Inception*, який насправді повинен перекладатися як «*Впровадження*» (переклад наш). Що цікаво, цей момент у фільмі проговорюється дослівно: «*потрапляння сторонніх думок у свідомість об'єкта називається впровадженням*», але перекладачі не врахували контекст, оскільки перше значення слова саме *початок*, а не *впровадження*. Подібним чином трилер *Disorder* про бентежного шизофреніка замість логічного «*Розлади*» був названий «*Заворушення*» [2].

Що характерно, перекладачі, автори вищенаведених «шедеврів», не знають ні значення слів, ні стійких словосполучень - звідси незвичні знахідки типу «*Алі Джи Бездомний*» / *Ali G Indahouse* - замість «*Алі Джи рулить!*» [4, с. 141].

Туди ж і «*Цілі дев'ять ярдів*» / *The Whole Nine Yards*) і «*Цілих десять ярдів*» / *The Whole Ten Yards*, які насправді мають ідіоматичні значення «*Все й одразу*» та «*Все і навіть більше*».

Друга категорія помилок не настільки абсурдна, і навіть місцями кумедна, але впізнати оригінальну назва фільму за «комерційним» перекладом практично неможливо. Варто зазначити, наприклад, що через те, що в Україні користуються попитом фільми про тюрму і бандитів, у результаті маємо значну низку фільмів (і мультфільмів) з тюрмно-кримінальними назвами. Особливий сюрреалізм ситуації додає той факт, що в більшості таких картин майже немає нічого, що було б пов'язано з кримінальною культурою - що не заважає перекладачам-маркетологам вживати у назвах перекладів, наприклад, лексему *братва*, що належить до тюрмного жаргону або поняття *бригада* з однойменного російського кримінального серіалу. У результаті маємо «*Підводну братву*» / *Shark Tale*, «*Лісову братву*» / *Over the Hedge*, «*Морську бригаду*» / *SeeFood* (які з оригіналів перекладаються як «*Акуляча історія*», «*Через огорожу*» і «*Морепродукти*» (переклад наш).

К. Ленських наводить приклади перекладацьких спрощень при відтворенні кінофільмів, коли більш складну в оригіналі назву замінюють простішою, іноді ніяк не пов'язаним за змістом еквівалентом. Так, «*Нокаут*» / *Haywire* з Джиною Карано - зовсім не про бокс, і насправді має назву «*Божевільний*», «*Сутичка*»

/ *The Grey* з Ліамом Нісоном - в оригіналі «*Cipi вовки*», чи коли більш просту назву при перекладі ускладнюють, додають додаткових смислів і багатозначних натяків. Наприклад, з «*Костянтина*» / *Constantine* можна зробити «*Костянтина: Володаря темряви*», хоча тим, хто дивився фільм, зрозуміло, що Костянтин є борцем з темрявою. *The Covenant* переклали як «*Угода з дияволом*», хоча про диявола там нічого немає, а фільм називається «*Угода*» [6, с. 212].

Отже, процес перекладу назв кінофільмів треба розпочати з аналізу загального сюжету фільму, потім зіставити його з назвою та виявити мету її використання.

Важливо зазначити, що на думку багатьох перекладознавців, при перекладі назв фільмів необхідно застосовувати лексико_семантичні та граматичні трансформації. Перш ніж перейти до аналізу назв фільмів, звернемося до лексико-семантичних трансформацій.

Наведемо приклади використання зазначених трансформацій у процесі перекладу назв кінофільмів і мультфільмів з англійської мови українською та російською мовами.

Конкретизацію було використано при перекладі назви кінофільму «*Clash of the Titans*», який в російському перекладі має назву «*Битва Титанов*», та в українському перекладі «*Битва Титанів*». За словником слово *clash* означає «стычка, столкновение, конфликт» [3, с. 251], але перекладач підібрав еквівалент *битва* для того, щоб підкреслити масштабність сутички, зіткнення Персея (сина Бога) з демонами Аїда (підземного володаря). У даному контексті розгортається епічна баталія, і тому, вибір даного прийому є повністю виправданим. Прикладом застосування прийому генералізації можна вважати переклад назви фільму «*Crash*» як «*Столкновение*». За словником першим варіантом перекладу слова *crash* є «грохот, треск» [3, с. 254].

Проте, такий варіант назви не є доречним для фільму, що розглядається. Адже, за змістом кінострічка містить декілька історій, об'єднаних між собою автомобільними аваріями, стріляниною, а також міжкультурними зіткненнями.

При перекладі назви мультфільму «*Bee Movie*» перекладач вдався до додавання слів задля пояснення назви та інтриги стрічки. У російському перекладі мультфільм отримав назву «*Би Муви: Медовый заговор*» та в українському перекладі — «*Бі Муві: Медова змова*». Якщо дослівно перекласти назву, то вона звучить як «кіно про бджіл або бджолиний фільм». Проте для назви мультфільму дослівний варіант не є релевантним, і тому, для того, щоб діти зрозуміли, що *бі муві* - це і є історія про бджіл, перекладач використав прийом лексичної дописки.

Отже, переклад - це своєрідне мистецтво, тому що під час цього складного процесу спостерігаються певні перетворення, але перекладачеві не обов'язково вдаватися до глибин художньої свідомості - достатньо враховувати специфіку перекладу фільмів, сюжет та задум автора, знати культуру своєї та іншої країни, де була створена кінострічка, а також діяти творчо, тому що дійсно універсального методу перекладу назв фільмів не існує.

Література

1. Ivarsson J. Subtitling / J. Ivarsson, M. Carroll — Simrishamn: TransEdit, 1998. — 185 p.
2. Kinofilms. Новий рівень кіно [Електронний ресурс]. — Статті. — Режим доступу: <http://www.kinofilms.ua/info/7/?lang=ukr>
3. Новый большой англо-русский словарь / Под общ. рук. Ю. Д. Апресяна. Том I. — М.: Русский язык, 2002. — 832 с.
4. Словарь американских идиом. / Сост. Спирс Ричард А. — М.: Русский язык, 1991 — 464 с.
5. Англо-український фразеологічний словник/ Уклад. К. Баранцев. — Київ: Знання, 2005. — 1056 с.
6. Ленських К. О. Особливості перекладу назв кіно- та мультфільмів (на матеріалі англійської та російської мов) / К. О. Ленських // Сучасні проблеми перекладознавства. — Горлівка, 2007. — С. 211—214.

ФІНАНСИ, ГРОШОВИЙ ОБІГ І КРЕДИТ

В.Г. Бабіченко,

магістрант факультету управління та права

Черкаського інституту ДВНЗ «Університет банківської справи»

науковий керівник: ***М.Е. Хуторна,***

кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів та банківської справи

Черкаського інституту ДВНЗ «Університет банківської справи»

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕСУРСНОЇ ПОЛІТИКИ БАНКІВ

Постановка проблеми. Для забезпечення ефективного функціонування будь-якої банківської установи першочерговим завданням є формування достатніх за обсягом та оптимальних за своїм складом банківських ресурсів, оскільки цей процес перебуває в тісному взаємозв'язку зі здійсненням активних операцій та створює передумови для отримання прибутку, підтримання достатньої ліквідності, формування позитивного іміджу та підвищення довіри з боку суб'єктів ринку.

Розвиток української банківської системи спричинив загострення конкуренції між банками за ресурси та ефективні напрями їх розміщення. На сучасному етапі для успішного функціонування та утримання конкурентних позицій банківської установи на ринку недостатньо залучати кошти за нижчою ціною, а розміщувати за вищою, для цього потрібно створювати ефективну систему управління ресурсами. Фінансова криза, яка розпочалася в Україні у 2008 р. поставила перед банками низку проблем, а саме: масове вилучення депозитів, зниження довіри до банківської системи та національної валюти, нестабільність валютних курсів, труднощі у залученні ресурсів на внутрішньому та міжнародному ринках. Тому держава, як головний економічний регулятор, має створити сприятливі умови для збереження банківської системи. Проте й самі банки повинні максимально ефективно здійснювати управління ресурсами, які мають у своєму розпорядженні, а також підтримувати власний ресурсний потенціал.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ресурсна політика в банківській сфері полягає у вмілому управлінні ресурсами, які задають певну стратегію дій, щоб мати результативну діяльність при формуванні ресурсної бази. Означену тематику розглядали у численних дослідженнях відомі науковці, а саме: О. Л. Гринько, А. І. Малясова, В. В. Рисін, Б. Л. Луців, А. О. Тимків, А. О. Єпіфанов та інші.

Мета. Важливим елементом даної роботи є розкриття сутності поняття «ресурсна політика банку» та надання характеристики структури ресурсної політики банку, а також дослідження окремих її складових.

Виклад основного матеріалу. Досліджуючи проблему щодо ресурсної політики банку, потрібно визначати сутність термінів «політика». Політика (з грец. *politike* — мистецтво управління державою) трактується зазвичай як суспільна діяльність. Більшість дослідників визначає її сутність як «дії кого—небудь, спрямовані на досягнення яких-небудь цілей» чи як «діяльність, що визначається певними інтересами і цілями». Окремі автори трактують її як «встановлений курс», якого дотримується уряд, організація, установа чи фізична особа, і характеризують як «зваженість в управлінні справами і процедурами», як спосіб виконання послідовно пов'язаних дій, де принципи являють собою основу для визначення відповідної політики і способів її здійснення.

Виходячи з наведеного, можна стверджувати, що банки як фінансові посередники, що відіграють надзвичайно важливу роль у перебігу економічних процесів, можуть проводити власну політику, однією зі складових якої є ресурсна політика.

Попри те, що процеси формування і розміщення банківських ресурсів є об'єктом досліджень багатьох українських і зарубіжних науковців, поняття «ресурсна політика банку» в українській економічній літературі взагалі розглядається лише окремими авторами в контексті досліджень ресурсної бази банку. Так, О. Л. Гринько та А. І. Малясова визначають сутність ресурсної політики банку як сукупності теорії та методології, що визначають форми, завдання і зміст банківської діяльності та дій працівників, спрямованих на послідовне і пов'язане регулювання ресурсоутворювальної діяльності банку, для збільшення ефективності, стабільності та досягнення поставленої цілі [1].

Окрім того, автори зазначають, що основною метою ресурсної політики є залучення необхідного обсягу коштів та їх трансформація в банківські ресурси з найменшими затратами. Таким чином, проведення банком ресурсної політики передбачає залучення ресурсів та їх наступну трансформацію.

Оцінка вищенаведених підходів до визначення сутності ресурсної політики банку дозволяє зробити висновок, що більшість дослідників цього питання пов'язують ресурсну політику лише з процесами формування банківських фінансових ресурсів. Водночас, окремі автори справедливо відносять до складових ресурсної політики кредитну та інвестиційну політику, адже процес управління ресурсами банку не може обмежуватися лише їхнім залученням, а повинен також включати і використання (розміщення) цих ресурсів. Тому, ресурсна політика банку повинна поєднувати основні аспекти його діяльності як фінансового посередника — формування ресурсної бази і розміщення ресурсів банку у кредити та інвестиції.

З огляду на зазначене, економічну сутність ресурсної політики банку можна визначити як систему заходів, що здійснюються банками з метою визначення найбільш ефективних шляхів формування і розширення ресурсної бази, її оптимального обсягу і структури, розміщення наявних банківських ресурсів,

забезпечення збалансованості процесів надходження і використання ресурсів, запобігання і протидії відмиванню грошей, підвищення довіри до банків з боку клієнтів.

Так, Рисін В.В. виділив підвиди ресурсної політики.

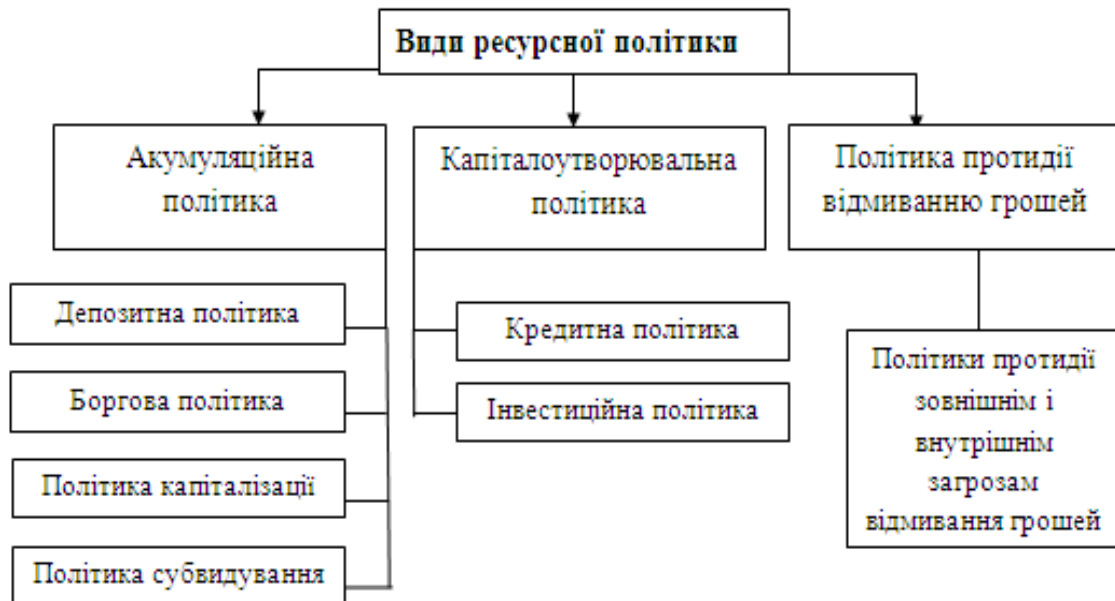


Рис. 1. Види ресурсної політики банків [2, с. 116]

Акумуляційна політика пов'язана із формуванням ресурсної бази банку, відповідно включає депозитну політику, боргову політику, політики капіталізації та субсидування. Шляхом реалізації акумуляційної політики банки формують потрібну за обсягом ресурсну базу, яка призначена для використання з метою отримання прибутку. Капіталоутворювальна політика скерована на максимально ефективно розміщення банківських ресурсів, відповідно включає кредитну та інвестиційну політику. Її взаємозв'язок з акумуляційною політикою полягає також у можливості використання частини отриманих процентних доходів для поповнення ресурсної бази або капіталізації банків за потреби.

Третім елементом, що взаємодіє із капіталоутворювальною та акумуляційною політиками є політика протидії відмиванню грошей, що включає політики протидії зовнішнім і внутрішнім загрозам відмивання грошей. Її завдання — запобігання проникненню в банківську систему доходів, отриманих злочинним шляхом (у цьому разі йдеться про взаємодію з акумуляційною політикою), а також мінімізація ризиків застосування банківських кредитних чи інвестиційних інструментів при здійсненні операцій з відмивання грошей. Реалізація другого завдання вимагає координації заходів політики протидії відмиванню грошей і капіталоутворювальної політики.

До 2012 року у світовій практиці ресурсна політика банків, зокрема політика капіталізації, базувалася на Угоді про достатність капіталу, прийнятій Базельським комітетом банківського нагляду 2004 року (Базель II).

Угода про достатність капіталу 2004 року поділяє регулятивний капітал банку на три компоненти: капітал 1-го рівня (основний); капітал 2-го рівня (додатковий); капітал 3-го рівня.

Структуру кожної із цих складових представлено на рис. 2.

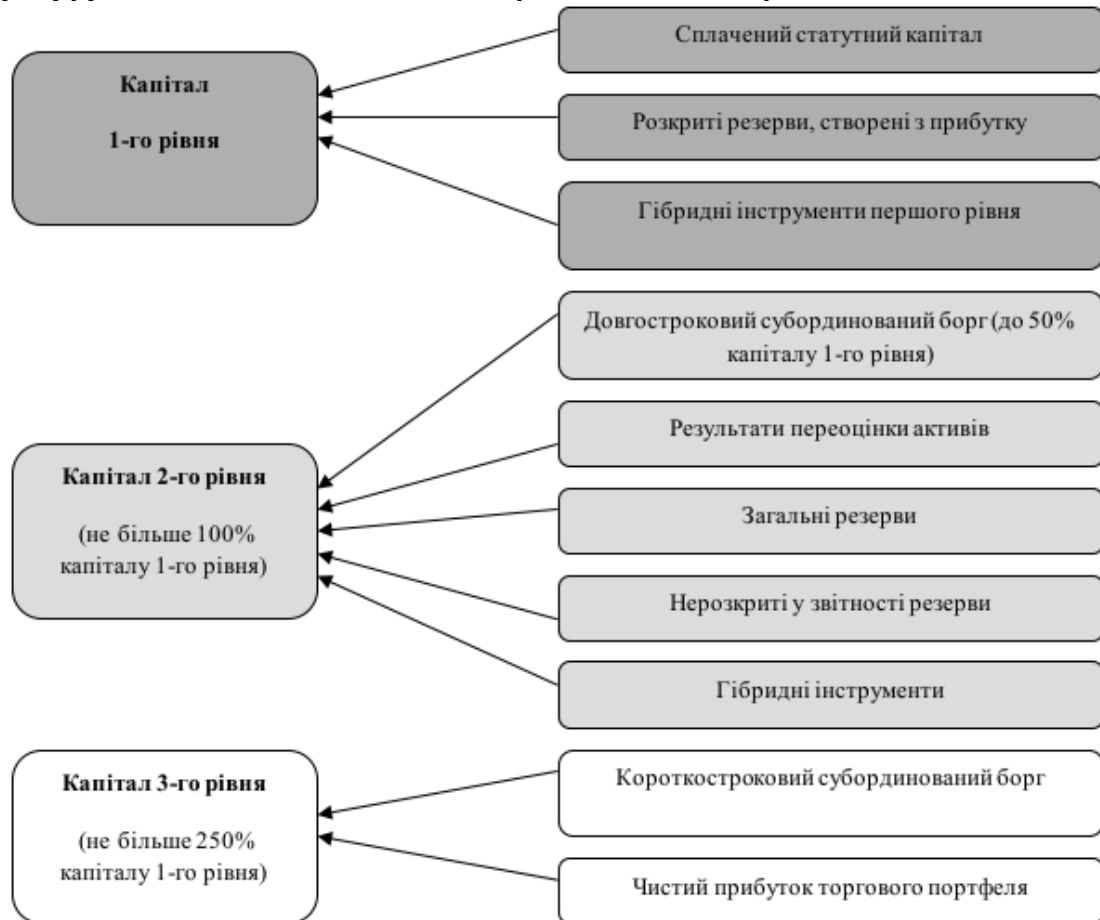


Рис. 2. Структура регулятивного капіталу банку згідно з Базелем II

Примітка. Розроблено автором на основі джерела [3, с. 98].

Для розуміння процесів, які очікуються в сфері капіталізації банківського сектору України, важливо проаналізувати найістотніші зрушення в нинішньому розвитку. Протягом останніх років банки продовжують активно нарощувати свою капітальну базу. З огляду на значні обсяги докапіталізації ряду банківських установ та виключення з порядку розрахунку статистичних показників НБУ банків, що визнано неплатоспроможними, обсяг власного капіталу банківської системи України за III квартал 2017 р. порівняно з II кварталом 2017 р. збільшився на 20,4% та станом на 01.10.2017 р. складає 165,35 млрд. грн. Протягом 2017 року відбулось збільшення статутного капіталу, і станом на 01.10.2017 цей показник становить 471, 55 млрд. грн. (див. рис. 3)

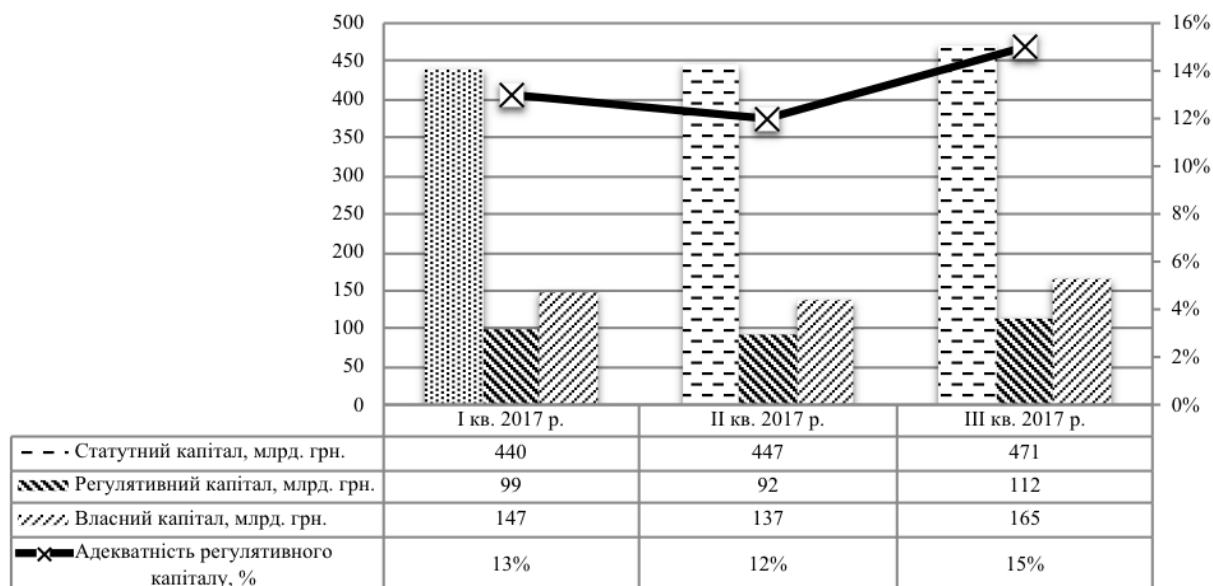


Рис. 3. Динаміка основних показників капіталу банків України протягом I-III кварталів 2017 року

Примітка. Складено автором на основі джерела [4]

Висновки. Підсумовуючи викладене, слід зазначити, що ефективна ресурсна політика на сучасному етапі функціонування фінансової системи України відіграє надзвичайно важливу роль у забезпеченні фінансової стійкості та платоспроможності банку, збереженні довіри до нього з боку вкладників та інвесторів. З огляду на це, банки повинні приділяти належну увагу розробці усіх охарактеризованих у статті складових ресурсної політики з метою забезпечення формування необхідної ресурсної бази, що дасть можливість задовольнити потреби клієнтів та забезпечити прибуткову діяльність самих банків.

Таким чином, ресурсна політика банку — це сукупність стратегічних цілей із врахуванням суспільних інтересів, які спрямовані та взаємозалежні від формування і стану ресурсів кожного банку окремо, що базується на нормативах капіталу та оцінці депозитів з метою досягнення поставлених цілей.

Література

1. Гринько О. Л. Теоретико-методологічні аспекти ресурсної та продуктової політики комерційного банку [Електронний ресурс] / О. Л. Гринько. — Режим доступу: <http://dspace.khibs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/361/1/All.pdf>
2. Рисін В. В. Складові елементи ефективної ресурсної політики комерційного банку [Електронний ресурс] / В. В. Рисін. — Режим доступу: http://ird.gov.ua/re/re200903/re200903_115_RysinVV.pdf
3. Алексеєнко М. Д. Капітал банку: питання теорії і практики [Текст] / М. Д. Алексеєнко. — К.: КНЕУ, 2002. — 276 с.
4. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.

Д.О. Дюкарева,
студентка факультету менеджменту і маркетингу
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

науковий керівник: **М.М. Дученко,**
кандидат економічних наук, доцент кафедри теоретичної та
прикладної економіки Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ФУНКЦІЇ ТА РОЛЬ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ

Розуміння сутності Національного банку України, його функції та роль є надважливим питанням сьогодні. Від зваженості і обґрунтованості рішень НБУ залежить стабільність національної валюти, що безпосередньо впливає на стан економіки країни та на рівень життя населення. Також НБУ підтримує довіру жителів України до банківської системи, що особливо важливо в умовах кризи.

Національний банк України — це центральний банк, робота якого регламентується Конституцією України, законами України та законом “Про Національний банк України”. НБУ відповідає за грошово-кредитну політику та стабільність цін в Україні [1].

Національний банк України виконує низку важливих функцій. Основною функцією НБУ є забезпечення стабільності національної валюти. Крім того, НБУ здійснює емісію національної валюти України та організує її обіг, створює платіжний баланс, займається його прогнозуванням та аналізом, виконує функцію організації транспортування грошових цінностей, монет та забезпечує ліцензії на інкасацію, забезпечує повний захист інформації, яка є банківською таємницею, забезпечує накопичення золото-валютних резервів, застосовує заходи в разі форс-мажорних обставин (військового стану), тісно співпрацює з ІТ-галуззю в розробці та вдосконаленні електронної банківської системи, забезпечує її функціонування та здійснює контроль за вдосконаленням безпеки. [2]

Дослідженням фінансів центрального банку та економічним аналізом займалися вчені В. Лепушинський, Н. Колесніченко, А. Груй та інші. Через монетарну політику центральний банк здійснює контроль за обсягом пропозиції грошей з метою встановлення цінової стабільності, сприяння економічному зростанню, дотриманню рівня безробіття на низькому рівні. В.Лепушинський та А. Груй у своїй роботі дослідили розвиток центрального банку у період 2001—2016 рр., звернувши увагу на явні та неявні переваги монетарної політики в різні періоди. Вони довели можливість розрахунку балансу НБУ на наступні роки, якщо брати поточний стан монетарної політики і запропонували ряд заходів для покращення ситуації. [3], [4].

Отже, найголовнішим завданням Національного банку є цінова стабільність, контроль за діяльністю всієї банківської системи. Національний банк повністю взаємодіє з урядом держави для збереження рівноваги у фінансовій сфері. Від політики центрального банку країни в значній мірі залежить розвиток всієї банківської системи країни. Ми вважаємо, що доречно проаналізувати банківські

системи інших країн світу, щоб мати змогу удосконалювати банківську систему України.

Зокрема, банківська система Швейцарії є однією з найстабільніших банківських систем світу. У країні функціонує майже 4 тисячі фінансових інститутів, враховуючи безліч філій банків інших країн. Завдяки стабільності в країні, стабільній валюті, дотриманню принципу «банківської таємниці» вони мають попит у клієнтів. Швейцарія є транзитним пунктом міжнародних фінансових потоків. Швейцарська банківська система дещо відрізняється від інших: вона є однією з найбільших і найстаріших у світі, регулюється Органом нагляду за фінансовими ринками Швейцарії. По-перше, є банківська таємниця, захищена законодавчо. Тобто, якщо ви є клієнтом банку — він зберігає навіть сам факт вашої співпраці. По-друге, є відсутність податків. Всі доходи, які клієнт отримує у вигляді відсотків, не оподатковуються. По-третє, існують номерні рахунки, замість звичайних іменних рахунків створюються рахунки з певним індивідуальним номером. Це дає змогу клієнтам накопичувати великі суми й бути впевненими, що ця інформація залишиться приватною. Також банки Швейцарії вирізняються з-поміж інших захистом персональної інформації вкладників.

Також і в Україні, згідно статті 6 Закону України «Про захист персональних даних», працівники банків не мають права розголошувати банківську таємницю (дані клієнтів, персональну інформацію тощо). Але, за рішенням суду банки повинні розкривати інформацію щодо клієнтів в зазначеному обсязі. Однак, на практиці, норма даної статті не працює в повному обсязі.

Розглянувши вітчизняну банківську систему та системи фінансових лідерів інших країн, можна погодитися, що проблеми в цьому секторі економіки пов'язані з недосконалим керуванням банківською діяльністю, а також недоліками структурних складових. Ми гадаємо, що банківська система України може, слідуючи, наприклад, Швейцарії, вийти на вищий рівень розвитку, але потрібно докласти чимало зусиль, аби досягти цього результату. Добробут кожного громадянина країни залежить від здатності Нацбанку втримати ріст інфляції, вчасно спрогнозувавши та відреагувавши на можливі коливання національної валюти. Нинішня ситуація в країні ставить перед Національним банком складні завдання, для вирішення яких потрібні не тільки висококваліфіковані кадри, а й професіонали з високими моральними цінностями та патріотичністю. Це може стати складовою майбутнього процвітання нашої держави.

Література

1. Національний банк України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36081&cat_id=36006
2. Національний банк України [Електронний ресурс] // Вікіпедія: вільна енциклопедія. — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8

3. Лепушинський В. Визначальні чинники формування відсоткової ставки за кредитом на макрорівні // Вісник Національного банку України / №11 (201) Листопад 2012. — С. 12–16.
4. Груй Антон, Лепушинський Володимир. Застосування валютних інтервенцій як додаткового інструменту за режиму інфляційного таргетування: Приклад України // Вісник Національного банку України / №12. — Грудень, 2016.

prof. UE dr hab., **Jan Czempas**,
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Polska

RYZIKO INWESTOWANIA W ZŁOTO, SREBRO, DIAMENTY

1. Pojęcie i istota inwestycji alternatywnych.

Inwestycje alternatywne nie należą do tradycyjnych form inwestowania [3, s. 15]. Przez tradycyjne formy rozumie się te, których opłacalność ocenia się na podstawie wybranych punktów odniesienia. „Klasyczny inwestor” nabywając akcje, przewiduje stopę zwrotu wyższą od indeksu giełdowego [10, s. 15]. Natomiast inwestor zainteresowany inwestycjami alternatywnymi, nie zwraca uwagi na to, jakie rynek generuje stopy zwrotu [4, s. 13]. Najczęstszym sposobem określenia inwestycji alternatywnych jest stwierdzenie, że są one różne od inwestycji tradycyjnych.

1.1. Ryzyko inwestowania w produkty alternatywne.

Ryzyko inwestowania przybiera różne formy w zależności od rodzaju inwestycji. Na rynku inwestycji alternatywnych, obok braku transparentności transakcji występują także małe wymogi informacyjne. Wymienione dwie cechy stanowią dwa główne źródła ryzyk [5, s. 69]. Kolejnymi rodzajami ryzyka są: ryzyko zarządzania (zależy od umiejętności osób, które podejmują decyzje inwestycyjne), ryzyko partnera transakcji (czy i jak partner transakcji wywiąże się z warunków umowy), ryzyko pomiaru wyników osiągniętych przez inwestora, ryzyko ceny (możliwość wystąpienia straty z powodu zmiany cen instrumentów finansowych), ryzyko administrowania (wskazuje na możliwość poniesienia strat z powodu niepoprawnego administrowania inwestycją), a ponadto: ryzyko nieuzyskania korzystnych rezultatów inwestycji, ryzyko doboru niepoprawnej strategii inwestycyjnej, ryzyko oszustwa.

2. Instrumenty inwestycyjne związane z rynkiem złota.

Złoto jest inwestycją długoterminową, ale także przynoszącą wysokie stopy zwrotu. Cechy złota, na które warto zwrócić uwagę to: należenie do klasy dóbr luksusowych, brak trudności w transportowaniu, stabilność ceny w dłuższym okresie, łatwość w ustaleniu jego ciężaru, niemożliwość jego podrobienia oraz brak możliwości jego pomnożenia. Po zbadaniu próby złota potencjalny inwestor może kupić złoto dowolnej jakości. Inwestor ma możliwość lokowania swojego kapitału w [2, s. 99-100]: złote sztabki lokacyjne (bulionowe) lub kolekcjonerskie, złote monety bulionowe lub kolekcjonerskie, kontrakty terminowe na złoto, zakup akcji firm, które są związane ze złotem oraz uczestnictwo w funduszach inwestycyjnych.

W przypadku kontraktów terminowych na złoto instrumentem bazowym jest cena złota. Jedną ze strategii przy tej inwestycji jest *spread* kalendarzowy. Oznacza on

nabycie i jednocześnie sprzedaż kontraktu terminowego z dostawą w różnych terminach [1, s. 12]. Bardziej ryzykowną inwestycją od wymienionych wcześniej jest zakup akcji przedsiębiorstw związanych ze złotem. Można także kupić akcje kopalń złota. Zyski w przypadku zakupu akcji są skorelowane z cenami złota na rynku, ale także z czynnikami wynikającymi z funkcjonowania przedsięwzięcia [7, s. 165].

Ostatnią formą inwestycji w złoto są fundusze inwestycyjne. W przypadku tym wyróżnia się dwa typy funduszy – indeksowe oraz ETF. W indeksowych funduszach inwestycyjnych znajdują się m.in. akcje kopalń złota oraz instrumenty pochodne oparte o kursy złota. W przypadku ETF [1, s. 13] mogą to być *commodity-related ETF* – portfel składa się głównie ze złota, które jest przechowywane w domach magazynowych lub *commodity-linked ETF*, w których przeważają instrumenty pochodne i surowce.

Inwestor chcący ulokować swoje pieniądze w złocie ma wiele możliwości na rynku. Może inwestować bezpośrednio np. w sztabki złota, ale może także powierzyć swoje finanse funduszowi i pośrednio inwestować w złoto. Złoto jest instrumentem finansowym ponadnarodowym, na którego cenę mają wpływ czynniki o skali globalnej, a nie krajowej. Omawiany kruszec postrzega się jako obronę przed inflacją i zmniejszeniem siły nabywczej. Niektóre kraje cały czas dysponują strategicznymi rezerwami złota, które zarządzane są przez ich banki centralne. Złoto na rynkach finansowych jest uważane za jedną najbardziej istotnych „walut” – to niemal piąta waluta honorowana w transakcjach handlowych (po dolarze amerykańskim, jenie japońskim, euro, funcie szterlingu) [1, s. 27].

2.1. Podatek od obrotu złotem.

Opodatkowanie inwestycji w złoto jest bardzo korzystne dla inwestorów, gdyż jest zwolnione z podatku VAT. Zwolnienia dotyczą [6, s. 171-172]: dostawy złota dla Narodowego Banku Polskiego, wewnątrzwspólnotowego nabycia, importu oraz dostawy złota inwestycyjnego, certyfikatów na złoto nieasygnowanych oraz asygnowanych, które reprezentują złoto inwestycyjne, złota, za pomocą którego przeprowadzany jest obrót na rachunkach złota, pożyczek i operacji *swap* w złocie (z którymi wiąże się prawo własności złota inwestycyjnego), transakcji złotem inwestycyjnym w kontraktach *forward* oraz *futures*, których efektem jest przeniesienie prawa własności w odniesieniu do złota inwestycyjnego.

Mniej korzystnie wypadają inwestycje w złoto w przypadku podatku dochodowego. Inwestor chcący inwestować w złoto jedynie krótkoterminowo musi liczyć się z zapłatą podatku dochodowego w wysokości 18%. Podatek ten wystąpi wtedy, gdy inwestor, będący osobą fizyczną, sprzeda swoje złoto z zyskiem przed upływem pół roku. Odrębnie jest natomiast w przypadku lokat związanych ze złotem, ETF, akcji firm wydobywczych oraz produktów strukturyzowanych. Inwestycje te zalicza się do instrumentów finansowych, które podlegają standardowym regułom podatkowym, związanych z dochodem kapitałowym. W takim przypadku, jeśli inwestor wykaże przychód, będzie musiał zapłacić 19% zryczałtowanego podatku. W przypadku podatku od czynności cywilnoprawnych kwota, którą trzeba zapłacić to 2% wartości zakupu złota.

3. Produkty inwestycyjne na rynku srebra.

Srebro od pewnego czasu cieszy się dużym zainteresowaniem ze strony inwestorów, zarówno instytucjonalnych, jak i osób fizycznych. Z tego powodu na rynku występuje wiele produktów inwestycyjnych związanych z tym kruszcem [8]. Pierwszym rodzajem inwestycji w srebro są sztabki, monety bulionowe oraz medaliony. W Polsce sztabki, monety i medaliony można kupić w Narodowym Banku Polskim, Mennicy Polskiej, bankach komercyjnych, jak i w sklepach specjalistycznych. Drugą inwestycją w srebro są certyfikaty srebra. Są to papiery wartościowe, które stanowią dowód posiadania srebra zabezpieczonego w skarbcu. Certyfikaty dotyczą srebra alokowanego, czyli wydzielonego z masy srebra w skarbcu, jak i niealokowanego, gdy srebro nie jest wydzielone. Certyfikaty można pobrać w przedsiębiorstwach zajmujących się handlem metalami numizmatycznymi lub szlachetnymi. Główną ich cechą jest duża płynność. Nie występuje problem z ich przechowywaniem, jak w przypadku, np. sztabek [9]. Kolejną możliwością zainwestowania swoich pieniędzy w srebro są instrumenty pochodne. Tymi instrumentami są opcje i kontrakty terminowe związane ze srebrem. Można osiągnąć zyski na wzrostach i spadkach cen srebra. Zyski i straty w tym przypadku mogą być bardzo wysokie, ze względu na duże ryzyko nietrafnego przewidzenia cen. Instrumenty pochodne na srebro są dostępne w domach maklerskich i instytucjach finansowych, które oferują dostęp do giełd towarowych przez elektroniczne platformy transakcyjne [8].

Fundusze ETF, jako kolejne z form inwestowania w srebro, są funduszami, których tytuły uczestnictwa są notowane na giełdzie. Potencjalny inwestor, kupuje udział w takim funduszu, którego zadaniem jest gromadzenie srebra w postaci fizycznej u depozytariusza. Nabycie jest możliwe przez dom maklerski, jak i instytucję finansową oferującą elektroniczne platformy transakcyjne. Inną formą inwestycji w srebro są fundusze inwestycyjne i powiernicze. Zajmują się one inwestycjami w instrumenty finansowe związane z rynkiem srebra, np. akcje przedsiębiorstw, które zajmują się produkcją srebra. Certyfikaty inwestycyjne takich funduszy można nabyć podczas publicznych emisji. Są one również notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych. Ostatnią możliwością inwestycji w srebro są produkty strukturyzowane. Do tego typu inwestycji należą instrumenty finansowe, które zawierają finansowe aktywa powiązane z rynkiem srebra. Takie produkty strukturyzowane zazwyczaj są oferowane przez banki. Inwestycje na rynku srebra są bardzo zbliżone do tych na rynku złota. Inwestorzy mogą wybierać inwestycje, w których jest konieczne wydanie większej ilości pieniędzy, ale również takie, gdzie wystarczy zaledwie kilkaset złotych.

3.1. Podatek od obrotu srebrem.

W przypadku inwestycji w srebro, oprócz kosztów związanych, np. z przechowywaniem, występuje na rynku koszt podatkowy. Przy inwestowaniu w srebro trzeba zapłacić podatek od towarów i usług, podatek dochodowy, a w niektórych przypadkach także podatek od czynności cywilnoprawnych [6, s. 226]. Pierwszy podatek, tj. podatek od towarów i usług wynosi w Polsce 23 % i wpływa on niekorzystnie na inwestycje krótko- i średnioterminowe.

Kolejnym podatkiem, z którym spotka się inwestor srebra, jest podatek dochodowy w wysokości 18 %. Podobnie jak w przypadku złota, inwestor będący osobą fizyczną,

zapłaci tę daninę, jeśli przed upływem pół roku od zakupu srebra, sprzeda je z zyskiem. Ostatnim podatkiem, na jaki może trafić potencjalny inwestor jest podatek od czynności cywilnoprawnych w wysokości 2%. Podatek ten dotyczy sytuacji, gdy zakupiony towar będzie pochodził od osoby fizycznej i jego wartość będzie równa bądź wyższa od 1 000 zł. Kupno srebra od przedsiębiorcy zwolnionego i niezvolnionego od podatku VAT nie będzie wpływało na zapłacenie podatku od czynności cywilnoprawnych.

Podsumowując, inwestycje w srebro mogą być opłacalne, ale tylko w dłuższym okresie, gdyż wtedy inwestor pomija podatek dochodowy, a także może odzyskać zapłacony podatek VAT, który zawarty jest w cenie srebra.

4. Formy inwestycji w diamenty oraz charakterystyczne dla nich ryzyka.

Potencjalny inwestor, chcący zainwestować swój kapitał w diamenty, może wybrać różne formy takich inwestycji. Rynek diamentów to nie tylko inwestycje w fizyczne diamenty, ale także w akcje kopalni brylantów lub w certyfikaty inwestycyjne funduszy lokujących swoje kapitały na rynku diamentów. Usługi takie w Polsce prowadzi kilka maklerskich biur. Potencjalny inwestor może się również zainteresować akcjami firm jubilerskich notowanych na giełdach.

Inwestycje pośrednie w diamenty są jednymi z bardziej bezpiecznych inwestycji, jednak charakteryzują je mniejsze zyski niż przy bezpośrednim inwestowaniu. Z kolei bezpośrednio inwestowanie jest bardziej ryzykowne. Ten typ inwestycji charakteryzuje kilka specyficznych ryzyk [7, s. 137]: możliwość oszustwa przy zakupie (kupno falsyfikatu) - ryzyko to zmniejsza się wraz ze stosowaniem certyfikatów jakości, możliwość popełnienia błędu przez szlifierza przy obróbce naturalnego diamentu, a w rezultacie możliwość jego zniszczenia, brak kompetencji rzeczoznawcy jubilerskiego – po wykonanym badaniu rzeczoznawca pobiera prowizję w wysokości około 3% wartości szacunkowej diamentu, więc jest możliwość, że wartość diamentu zostanie zawyżona.

Zakończenie.

Omówione inwestycje alternatywne dają duże zyski, ale charakteryzuje je również duże ryzyko związane z niewielkim dostępem do informacji na rynku dotyczących opłacalności [10, s. 68]. Inwestorów może zachęcić informacja, że inwestycje tego typu są w bardzo małej ilości opodatkowane. Porównanie cen złota, srebra oraz diamentów może pomóc potencjalnemu inwestorowi określić opłacalność powyższych inwestycji.

Bibliografia

1. Borowski K., *Rynek inwestycji alternatywnych*, Wyd. CeDeWu, Warszawa 2016
2. Cichorska J., *Zarządzanie portfelem inwestycyjnym. Inwestor indywidualny na rynku finansowym.*, Wyd. UE w Katowicach, Katowice 2015
3. Mikita M., Pełka W., *Rynki inwestycji alternatywnych*, Wyd. Poltex, Warszawa 2009
4. Pruchnicka-Grabias I., *Inwestycje alternatywne*, Wyd. CeDeWu, Warszawa 2008
5. Sokołowska E., *Alternatywne formy inwestowania na rynku papierów wartościowych*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2010
6. Witkiewicz T., *Inwestowanie w złoto i srebro*, Wyd. Tomasz Witkiewicz, Szczecin 2015
7. Ziarko-Siwiek U., *Tradycyjne i alternatywne inwestycje finansowe w świetle kryzysu finansowego*, Wyd. CeDeWu, Warszawa 2012
8. Mazurek J., *Inwestycje w srebro*, <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Inwestycje-w-srebro-2244553.html>, dostęp: 05.01.2017 r

9. *Investment Options*, <https://www.silverinstitute.org/site/silver-investment/investment-options/>, dostęp: 05.01.2017 r.
10. Suchańska K., *Inwestycje w złoto, srebro i diamenty jako jedne z form inwestycji alternatywnych*, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice 2017, (maszynopis, praca magisterska).

dr, **Daniel Jurewicz**,
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa we Włocławku,
Regionalna Izba Obrachunkowa w Bydgoszczy

DYSCYPLINA FINANSÓW POLSKICH JEDNOSTEK SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO

Streszczenie. Obowiązująca ustawa o odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych ma na celu eliminację niepożądanych wzorców zachowań poprzez możliwość orzeczenia sankcji wobec sprawcy czynu, jak również realizację funkcji prewencyjnej. O tym, czy cele te są możliwe do zrealizowania, decydują między innymi szczegółowe rozwiązania zawarte w ustawie. Pamiętać również należy o zmieniającym się otoczeniu. Celem niniejszego opracowania jest wskazanie potrzeby poszerzonej debaty, zarówno na płaszczyźnie teoretycznej, jak i praktycznej, w zakresie skuteczności obowiązujących przepisów.

Słowa kluczowe: dyscyplina finansów publicznych, gospodarowanie środkami publicznymi.

DISCIPLINE OF POLISH LOCAL GOVERNMENT FINANCE

Summary. The current law on liability for breach of discipline in public finances is to eliminate undesirable behavior patterns through the possibility of a judgment sanctions against the perpetrator, as well as the implementation of the preventive. Whether these goals are feasible decide among other things, detailed solutions contained in the Act. The aim of this study is to identify the needs of the enlarged debate, at both theoretical and practical, in terms of the effectiveness of the regulations.

Key words: discipline of public finances, management of public funds.

1. Wstęp.

Ekonomiści formułują różne, czasem sprzeczne opinie. Dobrym tego przykładem jest spór o zakres interwencji państwa i jego rolę w kształtowaniu stosunków międzyludzkich. Przedstawiciele różnych nurtów zgodziliby się jednak co do tego, że państwo musi być skuteczne a słowa jednego z ojców ekonomii zdają się być nieustannie aktualne: „Czyny sprawiające szkodę, jeśli zamierzone, same przez się, jak mierniam, domagają się kary, słusznie bowiem stają się przedmiotami odrazy lub też poczucia odrazy u postronnego obserwatora” [12, s. 87].

Funkcjonująca w Polsce ustawa z dnia 17 grudnia 2004 r. o odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych [16] (zwana dalej ustawą), ma na celu podnoszenie poziomu staranności dokładanej przy gospodarowaniu środkami publicznymi poprzez eliminację niepożądanych wzorców zachowań. Daje ona możliwość orzeczenia sankcji wobec sprawcy czynu, jak również umożliwia realizację funkcji prewencyjnej [15, s. 18]. Celem opracowania jest podkreślenie, że potrzebna jest stała troska o skuteczność obowiązujących przepisów ustawy. Rozważania w tym

zakresie nabierają szczególnego znaczenia w obecnym okresie, gdy w poszukiwaniu alternatywnych pomysłów na organizację społeczeństwa i zarządzanie dobrami, idea dobra wspólnego nabrała nowej dynamiki [9, s. 8–9]. Niniejszy tekst odnosi się przede wszystkim do jednostek samorządu terytorialnego i ich jednostek organizacyjnych, niemniej w przeświadczeniu autora formułowane tu wnioski mogą być odnoszone również do pozostałych jednostek sektora finansów publicznych.

2. System odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych.

W niniejszej pracy przyjęto, że polskie uregulowania w zakresie dyscypliny finansów publicznych uznać można za system [8, s. 426–430]. W literaturze przedmiotu znaleźć można opinie, że przepisy ustawy są jednym z instrumentów prawnych służących racjonalizacji wydatków publicznych [2, s. 177]. W obowiązującej formule autorowi zdecydowanie bliższy jest jednak pogląd, że służą one gospodarowaniu środkami publicznymi w sposób zgodny z określonymi w odrębnych przepisach zasadami.

Reguły określone w analizowanej ustawie uznać można za rodzaj płotu odgradzającego czyny związane z gospodarowaniem środkami publicznymi od deliktów. Płot ten jest dość mocno osadzony w polskim systemie prawnym. Zasadne jest jednak poszukiwanie odpowiedzi na szereg pytań, w tym w szczególności: czy sama konstrukcja płotu jest doskonała oraz czy właściwy obszar jest ogrodzony?

2.1. Skuteczność obecnego systemu.

Formułowanie założenia doskonałości konstrukcji systemu odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych przyrównać można do funkcjonującego w teorii ekonomii założenia doskonałej konkurencji. Jest to bardziej pewien nieosiągalny cel, niż rzeczywista cecha. Niewątpliwie jednak dążyć do tego celu należy.

Zachowań znajdujących się wewnątrz wspomnianego już płotu nie można określić jako „dobre”. Co więcej, nie można nawet stwierdzić, że są one dopuszczalne, choć tak niewątpliwie być powinno. Obszar ten nie jest po prostu obszarem penalizowanym.

Pod pojęciem odpowiedzialności w dyscyplinach prawnych rozumie się zasadę ponoszenia przez podmiot przewidzianych prawem ujemnych konsekwencji za zdarzenia lub stany rzeczy podlegające ujemnej kwalifikacji normatywnej. Wyróżnia się liczne jej rodzaje, np. odpowiedzialność karną, cywilną, administracyjną, konstytucyjną, pracowniczą [6, s. 22]. Jednym z jej rodzajów jest odpowiedzialność za naruszenie dyscypliny finansów publicznych.

Zgodnie z założeniami twórców ustawa miała mieć charakter kompleksowy. W związku z tym zrezygnowano z wcześniej funkcjonujących odesłań do innych przepisów, głównie karnych. Brak tych odesłań powoduje swoistą trudność interpretatora w przypadku, gdy zawodzi wykładnia gramatyczna [11, s. 283]. Co prawda brak wyraźnych odesłań nie powoduje niemożności stosowania wykładni systemowej, co możliwe jest jednak pod warunkiem właściwego umieszczenia interpretowanej regulacji. W odniesieniu do systemu odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych brak jest jednak zgody co do charakteru tej odpowiedzialności. W doktrynie przeważają poglądy, iż postępowanie to, chociaż zawiera przepisy o charakterze represyjnym, to jednak nie jest samo w sobie postępowaniem karnym. Również orzecznictwo Głównej Komisji Orzekającej oraz

sądów administracyjnych nie jest spójne w tym zakresie - wskazuje się, że postępowanie to ma charakter: administracyjny, karny, dyscyplinarny czy też quasi-dyscyplinarny [8, s. 426–430]. Kwestia ta powinna zostać jednoznacznie sprecyzowana, co znacząco podniosłoby skuteczność systemu, ponadto przynajmniej częściowo wyeliminowałoby sytuacje, w których dość podobne w swej istocie stany faktyczne kończą się zasadniczo różnymi rozstrzygnięciami. Ważnym argumentem, który należałoby uwzględnić przy doprecyzowaniu rodzaju tej wykładni, jest osąd wyrażony w publikacji *Państwo i My. Osiem grzechów głównych Rzeczypospolitej*: „W państwie polskim legalizm systematycznie góruje nad celowością, co powoduje, że system prawny działa jak automat proceduralny, który wyklucza odpowiedzialność i blokuje rozliczalność. Przepis staje się osłoną aparatu urzędniczego przed odpowiedzialnością...” [3, s. 15].

Kolejna kwestia budząca uzasadnione głosy krytyki to rozmywanie się odpowiedzialności poprzez nieuregulowanie kwestii współsprawstwa przy skutecznym powierzeniu obowiązków i odpowiedzialności. W efekcie ustawowego niedoprecyzowania organy orzekające w bardzo różny sposób rozpatrują przedkładane im sprawy, co niewątpliwie nie może być pozytywnie ocenione przez pryzmat celów przyświecających ustawie. Jeszcze inną kwestią, która wymaga pilnego uzupełnienia jest zaimplementowanie do ustawy przewidzianej w procedurze karnej konstrukcji czynu ciągłego. W powiązaniu bowiem ze stosunkowo krótkim okresem przedawnienia karalności czynów brak tej konstrukcji powoduje niedochodzenie karalności w odniesieniu do części sprawców czynów, w szczególności polegających na zaniechaniu. Niewątpliwie zaś osoby winne zaniechaniom nie powinny unikać odpowiedzialności tylko ze względu na budzące wątpliwości zapisy ustawowe.

Wskazane propozycje nie aspirują oczywiście do nadania im charakteru kompleksowego. Nie taki jest bowiem cel niniejszej publikacji. Są to jedynie przykłady obszarów wymagających ustawowego doprecyzowania. Szczegółowe rozwiązania autor pozostawia jednak prawnikom.

Przedstawione powyżej rozwiązania nie wydają się być kontrowersyjne. Zdecydowanie bardziej dyskusyjna jest jednak kwestia oceny efektywności gospodarowania środkami publicznymi za pomocą systemu odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych. Tego typu propozycje pojawiają się coraz częściej. Autor w pełni podziela pogląd wyrażony przez M. Dylewskiego, że obowiązująca ustawa nie stanowi narzędzia, które w sposób zupełny zapobiega marnotrawstwu środków publicznych [1, s. 145]. Aby jednak mogła ona wpłynąć na poprawę efektywności gospodarowania potrzebne byłyby bardzo głębokie zmiany stanu prawnego. Autor nie jest w pełni przekonany, że system odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych jest odpowiednim instrumentem prawnym, by te cele realizować.

Efektywność jest bardzo nośnym hasłem, sloganem, który tak, jak łatwo jest zadekretować, tak trudno zarazem zrealizować. Niezmiernie również trudnym jest udowodnienie, czy też ma ona miejsce, czy też nie.

2.2. Czy kompleksowa zmiana jest konieczna?

Noblistka, E. Ostrom, szukając podobieństw pomiędzy trwałymi, udanymi instytucjami zarządzającymi wspólnymi zasobami stwierdziła, że o jakości danego

systemu decydują m. in. odpowiednie reguły, ich monitorowanie oraz stopniowalne, progresywne ale nieuniknione sankcje [5, s. 131–139].

W odniesieniu do jednostek samorządu terytorialnego system odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych stanowi uzupełnienie kontroli sprawowanej przez obywateli/mieszkańców oraz kontroli wewnętrznej w poszczególnych samorządach. Wszystkie wskazane formy kontroli są potrzebne, niemniej żadna z nich nie jest wolna od wad.

Współtwórca reformy samorządowej, J. Stępień, stwierdził, że ogromnym błędem, jaki nastąpił kilka lat po niej, było połączenie w jednym ręku funkcji politycznej i administracyjnej poprzez wprowadzenie jednoosobowych organów wykonawczych wybieranych w wyborach bezpośrednich. W istotny sposób ograniczyło to funkcję kontrolną organu stanowiącego i w porównaniu z pierwotnymi założeniami stanowiło wręcz wynaturzenie. Dodatkowo partie polityczne wzmocniły swój wpływ na kształt osobowy samorządu [13, s. 60–61]. Podkreślił jednocześnie, że zachodni paradygmat samorządności terytorialnej, będący pierwotnym zamierzeniem założeń procesu przywracania polskiej samorządności, kładzie nacisk na "wspólnotowość, partycypacyjność obywatelską i kolegialność decyzji o charakterze politycznym i strategicznym" [13, s. 60]. Pozostali główni współtwórcy, J. Regulski oraz M. Kulesza, po blisko dwudziestu latach po przeprowadzeniu reformy z żalem stwierdzili, że zbyt wolno następuje rozwój społeczeństwa obywatelskiego. Powinno być ono zdolne do skutecznego określania swych potrzeb oraz wyznaczania kierunków rozwoju ale być również świadome odpowiedzialności za własne decyzje i zaniedbania [7, s. 144–145]. Opinie dotyczące kondycji, sukcesów oraz zagrożeń samorządów terytorialnych nie są zgodne, niemniej potrzeba rozwoju w nim demokracji partycypacyjnej jest niekwestionowana [10, s. 200]. Z przykrością stwierdzić należy, że również planowane wzmocnienie wewnętrznych systemów kontroli w jednostkach sektora finansów publicznych polegające na m. in. wprowadzeniu obligatoryjnej kontroli zarządczej nie przyniosło zamierzonych skutków. Skutki te są niewątpliwie bardzo odległe od przyświecającej ich wprowadzeniu koncepcji *New Public Management*. Autor w pełni podziela pogląd wyrażony w tej kwestii przez M. Jastrzębską, że: „obowiązkowe wdrożenie kontroli zarządczej w jednostkach sektora finansów publicznych [...] nie zaowocowało dotychczas pożądanymi rezultatami, gdyż w stary system wkomponowano na siłę nowe rozwiązania, czego skutkiem jest przede wszystkim nadmierny formalizm i biurokracja” [4, s. 43]. Krytycznych opinii jest oczywiście znacznie więcej a potrzeba poszerzonej debaty wydaje się być uzasadniona w znacznie szerszym zakresie, niż tu przedstawiono.

Pomimo że wskazane formy kontroli wymagają przebudowy, to ich rola jest niekwestionowana. Obszary związane z gospodarnością oraz efektywnością gospodarowania, ze względu na ogromną ich rolę dla kształtowania rozwoju poszczególnych społeczności, powinny być, w przekonaniu autora, oceniane zarówno przez same organy samorządu, jak i przede wszystkim przez samych mieszkańców. Ingerencja organów zewnętrznych, nawet niezależnych, niewątpliwie nie wpisuje się bowiem w paradygmat polskiej samorządności.

III. Zakończenie.

Obowiązujący w Polsce system odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych wydaje się stanowić dobre uzupełnienie pozostałych rodzajów kontroli sprawowanej zarówno przez obywateli jak też przez same jednostki gospodarujące środkami publicznymi. Ważne jest, że sprawowany jest nie tylko przez wyspecjalizowane, ale przy tym niezawisłe i bezstronne organy. Można go uznać za okrzepły oraz posiadający pozytywny bilans doświadczeń, niemniej jego przebudowa wydaje się być nieunikniona. Wszelkie zmiany regulacyjne muszą być jednak analizowane w kontekście zintegrowanego rozwoju, który opiera się również na odpowiedzialności międzypokoleniowej i wewnątrzpokoleniowej [17, s. 10–12]. Wydaje się, że również z tego punktu widzenia zmiany te są pożądane. Prawdziwym wyzwaniem stojącym przed Polską jest potrzeba głębokiej reformy zarządzania publicznego. Zmiana polegająca na wdrożeniu nie tylko postulowanych od wielu lat założeń koncepcji *New Public Management*, lecz również wdrożenie obligatoryjnego systemu zarządzania przez wiedzę, obligatoryjnych kryteriów doboru na stanowiska wybieralne w systemie zarządzania publicznego, odpartyjnienie władz terenowych oraz poprawa dialogu z interesariuszami systemu [17, s. 22]. System odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych musi być skuteczny niemniej nie powinien on być remedium na wszystkie problemy związane z gospodarowaniem środkami publicznymi.

Bibliografia

1. Dylewski, M., *Adekwatność rozwiązań w zakresie dyscypliny finansów publicznych a nowe trendy w gospodarce finansowej*, [w:] *Dyscyplina finansów publicznych. Doktryna, orzecznictwo, praktyka*, Smaga M., Winiarz M., (red.), C.H.Beck, Warszawa 2015, s. 144–166.
2. Gazda, M., *O procesie racjonalizacji wydatków publicznych*, Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny, Zeszyt 1/2016, s. 169–179.
3. Hausner, J., Mazur, S., (red.), *Państwo i My. Osiem grzechów głównych Rzeczypospolitej*, Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej, Kraków 2015.
4. Jastrzębska, M., *Kontrola zarządcza czy budżet zadaniowy*, *Finanse Komunalne* nr 11/2015, s. 38–43.
5. Ostrom, E., *Dysponowanie wspólnymi zasobami*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2013.
6. Radziej, J., *Rodzaje odpowiedzialności w związku z naruszeniem przez jednostki sektora samorządowego przepisów dotyczących wykonywania budżetu lub ich planów finansowych*, *Nowe Zeszyty Samorządowe*, numer specjalny, Wrocław 2016, s. 18–39.
7. Regulski, J., Kulesza, M., *Droga do samorządu. Od pierwszych koncepcji do inicjatywy Senatu (1981–1989)*, Wolters Kluwer, Warszawa 2009.
8. Robaczyński, W., *Odpowiedzialność za naruszenie dyscypliny finansów publicznych - wybrane zagadnienia systemowe*, [w:] *Dyscyplina finansów publicznych. Doktryna, orzecznictwo, praktyka*, Smaga M., Winiarz M., (red.), C.H.Beck, Warszawa 2015, s. 424–441.
9. Słodowa-Hełpa, M., *Odkrywanie na nowo dobra wspólnego*, *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, nr 43 (3/2015), s. 7–24.
10. Słodowa-Hełpa, M., *Rozwój zintegrowany. Warunki, wymiary, wyzwania*, CeDeWu, Warszawa 2013.

11. Smaga, M., *Ustawa o odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych jako ustawa kompleksowa*, [w:] *Dyscyplina finansów publicznych. Narzędzie prawidłowej gospodarki sektora publicznego*, Smaga M., Winiarz M., (red.), Publicus, Kraków 2013, s. 277–286.
12. Smith, A., *The Theory of Moral Sentiments*, London 1790, za: L. Balcerowicz, *Odkrywając wolność. Przeciw zniewoleniu umysłów*, Zys i S-ka, 2012.
13. Stępień, J., *W poszukiwaniu współczesnego kształtu samorządu terytorialnego*, Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny, Zeszyt 3/2015, s. 47–63.
14. Szostak, R., *O potrzebie usprawnienia odpowiedzialności za niektóre uchybienia popełniane przy udzielaniu lub wykonywaniu zamówień publicznych*, [w:] *Dyscyplina finansów publicznych. Doktryna, orzecznictwo, praktyka*, Smaga M., Winiarz M., (red.), C.H. Beck, Warszawa 2015, s. 546–563.
15. Talik, A., *Dyscyplina finansów publicznych - zagadnienia wprowadzające*, Finanse Komunalne nr 7-8/2015, s. 18–29.
16. Ustawa z dnia 17 grudnia 2004 r. o odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych (Dz. U. z 2017 r. poz. 1311).
17. Woźniak, M. G., *O ćwierćwieczu polskiej transformacji. Refleksje inicjowane pytaniami dra hab. Marcina Wojtysiak-Kotlarskiego. Część II - lekcje na przyszłość*, Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy, nr 42 (2/2015), s. 7–25.

Jolanta Pasioneł,
Institute of Economics,
University of Economics in Katowice

MACRO-ECONOMIC DATA FROM THE AMERICAN ECONOMY AND THEIR MEANING FOR SHORT-TERM VOLATILITY OF EXCHANGE RATES ON THE FOREX MARKET

Introduction. Demand and supply plays a fundamental role in shaping the level of exchange rates on the foreign exchange market. However, on the Forex market, the exchange rate develops sometimes in contradiction to all expectations resulting from long-term analyses based on reports concerning the economic condition of the particular states. The number of participants in this market is so high and motives behind their actions are so diversified that it is very difficult to predict the change in the exchange rate of a given currency [1, p. 10–11].

The most important factors determining the foreign exchange rate included in the source literature are economic factors, political factors and psychological factors.

In performance of a short-term analysis of volatility of exchange rates, it is necessary to consider all the aforementioned factor groups. In the globalised world, they have a significant impact on the economy of a given state and, consequently, on their currency price.

The purpose of this study is to present the most significant factors affecting the short-term volatility on the Forex market from the point of view of an individual investor.

Research thesis: macro-economic data from the American economy have a significant impact on the shape of exchange rate on the Forex market in a short time

interval. The short-term volatility is also impacted by the political situation and psychological factors.

For the purpose of the paper, the source analysis method was mainly used.

Economic factors having impact on the short-term volatility on the Forex market.

Among the economic factors, the most significant ones for short-term volatility are the structural factors, factors illustrating the labour market, factors from the enterprise sector as well as factors illustrating consumer decisions.

Structural factors provide information on the investment climate. It is possible to draw conclusions on the economic condition of a state on their basis. They are somewhat a foundation for the investors. The most important of those include: GDP and inflation indices.

The first attempts to formulate a GDP index were taken by an American economist - Simon Kuznets [2, p. 1]. GDP presents the most comprehensive information on the size of domestic production [3, p. 34–40]. The GDP index is of great significance for the participants of the Forex market [4, p. 205]. Its increase usually results in currency appreciation and vice versa.

Inflation indices contain information on price formation. A certain level of inflation is beneficial from the economic point of view. However, its excessive growth can lead to serious problems or even recession. For this reason, participants of the Forex market observe them carefully. The most important are: Consumer Price Index (CPI) and Producer Price Index (PPI).

For the first time, the information on the CPI index was collected as early as during World War I. The CPI inflation index provides the average change in prices paid by the consumer for goods and services. It is presented in a general value and base value. From the investors' point of view, the base form of the index is more significant as it does not include aspects characterised by highest volatility, i.e. power and foods.

The PPI index was first published in 1902. The PPI index reflects the average change in the selling price of individual products and supply goods at different manufacture levels obtained by manufacturers of such products [5, p. 242]. It is presented in a general value and base value. For investors, the general form of this index has more merit.

CPI and PPI are highly significant for Forex investors. Their decrease usually results in strengthening of the value of the national currency. The moment of their publication is carefully followed by all investors worldwide.

The GDP index is announced by the Bureau of Economic Analysis in January, April, July and October around the 30th day of the month. Inflation indices are announced by Bureau of Labor Statistics in the second half of the month.

Variables illustrating the situation on the labour market have a significant impact on the exchange rate. The increase in employment usually results in the increase of consumption which, in effect, turns into economic growth. The Non-Farm payrolls index is the most important index in the labour market sector.

This index specifies the change in the number of employed persons and on its basis it is possible to draw conclusions on the growth or drop in unemployment. It has a very high impact on formation of exchange rates.

Data on the condition of labour market are very important for investors all over the world [6, p. 108]. The day of their publication is the most important day in the investor's calendar. The better data from the labour market usually result in currency appreciation. The index characterising the situation in the labour market is announced by the Bureau of Labor Statistics on the first Friday of each month.

Indices from the enterprise sector characterise the condition of the manufacturing sector. They are treated as the source of early signs of general economic situation. The most important are: ISM Manufacturing PMI and ISM Non-Manufacturing PMI.

ISM Manufacturing PMI has been published since 1931 [7, p. 57]. This index is a measurement of general economic activity in the manufacturing sector. It is perceived as a highly significant index by currency investors. Its changes can result in strong reactions in exchange rates.

ISM Non-Manufacturing PMI has been published since 1997 for services, i.e. it is a relatively "young" index. This index is a measurement of general economic activity in the service sector. Despite its "young age", it is highly popular with investors.

Both indices from the enterprise sector are really beneficial in the process of making investment decisions by particular investors or financial analysts. The moment of their publication is carefully observed by investors all over the world as changes in their values usually result in violent changes in exchange rates.

The ISM index for industry and ISM index for services are announced by the Institute for Supply Management – ISM usually in the first week of a given month.

Indices illustrating consumer decisions measure the financial standing of households. On the basis of the values of these indices, it is possible to predict trends in the entire economy. The most important index in this group is the Retail Sales index.

This index has been published since 1952. It is a measurement of total sales size. The retail sales index is an important index for investors, its increase means a stable financial situation of consumers.

For ex market investors observe the moment of publication of this index with high focus. Their increasing values usually result in the increase of currency value. A high level of the Retail Sales index is most often a sign of improvement in economic conditions and, in turn, its low level brings concern as it predicts poor economic conditions.

The Retail Sales index is announced by the Census Bureau in the half of each month.

Political factors. The term political factors means any political events that can impact the economy. Any signs of political instability, sudden change of governing authorities (e.g. collapse of the ruling party, personal changes at strategic positions, military revolt, etc.) can be highly important for formation of exchange rates. These changes are accompanied by uncertainty concerning the future manner of conducting

economic policy which, in turn, results in exchange rate tensions. Each such uncertainty is treated by the market as a temporary increase in investment risk which, as a consequence of outflow of a part of capital, usually leads to depreciation of the national currency [8, p. 3].

Changes having a positive impact on the economy (e.g. taking hold of power by the party aiming to implement economic reforms that are socially beneficial) are also significant for the exchange rate.

The source literature very often treats fiscal policy (tax and expense levels as well as budget issues) and monetary policy (mainly control of interest rates) as classical examples of political factors [9, p. 41–42].

Psychological factors. These factors are included in the group of factors with highly significant impact on the short-term exchange rate; however, they cannot be measured. It is possible to present numerous examples of the impact of psychology on the market, but two seem to be the most important - the so-called crowd psychology and psychological-emotional reactions of investors. As far as the former is concerned, it is connected with the multiplication of reactions of other investors under the impact of their mass (so a seemingly reasonable) action. This phenomenon is rather not connected with the achievement of expected benefits, but to the contrary, mass reactions rarely have reasonable basis.

The factor connected with making emotional decisions usually results from lack of patience among investors and their pursuit of profit in the shortest time possible. In the case of experienced market users, intuition can turn out to be a good advisor. However, it is most frequently supported by years of experience and in-depth knowledge. Fledgling investors on the foreign exchange market are very often inclined to react emotionally to market changes, which leads to losses in the majority of cases.

Conclusions. Individual exchange rates are established independently in different financial situations - generally speaking, it is the result of dependencies between demand and supply for a given currency value. Demand and supply for particular currency pairs results from the impact of numerous factors - economic, political and psychological. These three groups of factors are considered in each market analysis since, in the globalised world, they have a significant impact on the economy of particular states and, in effect, on the prices of their currencies.

Bibliography

1. P. Kowalik, A. Pietrzak: *Finanse międzynarodowe*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
2. *A Guide to the National Income and Product Accounts of the United States*. Bureau of Economic Analysis, Department of Commerce 2012.
3. Bernanke B.S., Abel A.B.: *Macroeconomics*. Addison-Wesley, New York, 1998.
4. Zembura W.: *Dane makroekonomiczne kształtujące popyt i podaż na rynku Forex*. W: *Problemy państwa socjalnego i teoretyczne zagadnienia ekonomii*. Red. U. Zagóra-Jonszta. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Katowice 2011.
5. Yamarone R.: *The Trader's Guide to Key Economic Indicators*. Bloomberg Press, 2004.
6. Archer M.D.: *Getting Started in Currency Trading: Winning in Today's Forex Market*. John Wiley & Sons, New Jersey 2010.

7. Constable S., Wright R.E.: The Wall Street Journal Guide to the 50 Economic Indicators That Really Matter. Harper Paperbacks, New York 2011.
8. Lis P., Zwierchlewski S.: Jeśli nie stopy to co?. Gazeta Bankowa, nr 8, 28.02. 2005.
9. Chisholm A. M.: An Introduction to International Capital Markets: Products, Strategies, Participants. Wiley and Sons, New Jersey 2009.

Я.І. Соколик, С.І. Мінтянський,

студенти коледжу Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича

науковий керівник: **А.М. Томашевська,**

викладач коледжу Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО ІНВЕСТИВАННЯ В УКРАЇНІ

Важливим елементом здійснення структурних зрушень вітчизняної економіки, розвитку інноваційного сектору виступають інвестиції. Інтенсивний розвиток інвестиційної діяльності забезпечує ринкову трансформацію економіки, сприяє її входженню у світове співтовариство, створює валютні резерви, які необхідні для модернізації виробництва, що в свою чергу створює стратегічну основу сталого економічного зростання розвинених країн.

Ринок фінансових інвестицій є одним із механізмів забезпечення конкурентоспроможності економіки країни, оскільки розподіл фінансових ресурсів на цьому ринку відбувається на конкурентній основі, що дозволяє спрямувати інвестиційні потоки у найбільш привабливі сегменти економіки і тим самим сприяти економічному розвитку [3].

Згідно Податкового Кодексу України фінансові інвестиції — це господарські операції, що передбачають придбання корпоративних прав, цінних паперів, деривативів та/або інших фінансових інструментів. Також фінансові інвестиції трактують як вкладення коштів у фінансові інструменти, серед яких переважають цінні папери, із метою одержання доходу (прибутку) у майбутньому.

Аналіз інвестиційного середовища, інвестиційного клімату та стан правової бази здійснення інвестиційної діяльності дають підстави виділити негативні характеристики в інвестиційній сфері України.

По-перше, це дефіцит інвестицій, що прямопропорційно визначає попит на цінні папери. Розвивається у зв'язку зі зростанням податкового тягаря, інфляційних процесів, збільшенням частки грошових ресурсів, що використовуються державою і призводить до зменшення вільних коштів, які перебувають в розпорядженні недержавних установ, організацій та населення.

За підсумками 2016 року обсяг торгів на ринку цінних паперів знизився на 2,07%, порівняно з показником 2015 року, та становив 2 127,55 млрд. грн. і має тенденцію до зниження [1].

По-друге, значний рівень недовіри населення, викликаний цілою низкою фінансових «обвалів» та махінацій за роки незалежності України. В 2016 році обсяг торгів на біржовому ринку становить лише 11,8% від загального обсягу торгів на

ринку цінних паперів, що свідчить про криміногенну ситуацію на фондовому ринку і є продовженням тіньової економіки. За таких умов неможливо забезпечити потенційних учасників ринку цінних паперів необхідною інформацією, порушуються умови чесної конкуренції. Фактично, емітенти цінних паперів втрачають можливості підвищення вартості своїх акцій. Така ситуація в свою чергу свідчить про нерозвиненість правової бази, нормативного регулювання, прозорості процесів емісії та розміщення цінних паперів.

По-третє, відсутність достатнього асортименту сучасних високодохідних фінансових інструментів. Найбільший обсяг торгів за фінансовими інструментами протягом 2016 року зафіксовано з державними облігаціями України — 210,08 млрд грн (89,24 % від загального обсягу біржових контрактів на організаторах торгівлі у 2016 році), з акціями 0,92 %, з облігаціями підприємств 3,09 %. Однак операції з цими цінними паперами не сприяють притоку капіталу в реальний сектор і є за своїм характером спекулятивними. Крім того, держава як емітент виступає в даному випадку потужною силою впливу на процеси, що відбуваються на фондовому ринку, тим самим зменшує його незалежність та ліберальний характер.

По-четверте, низький технологічний рівень функціонування ринкової інфраструктури, відсутність програми налагодження ефективного співробітництва зі стратегічним іноземним інвестором. Пріоритетним завданням ринку цінних паперів, як відомо, є забезпечення умов для залучення інвестицій компаніями. Аналіз динаміки залучення інвестицій в економіку України свідчить, що у 2016 році обсяг залучених інвестицій через інструменти фондового ринку становить всього 5,52 млрд. грн. , в той час як показник обсягу залучених довгострокових кредитів сягає 196,2 млрд. грн. [1].

Відповідно до цих проблем необхідно здійснювати певні заходи щодо покращення інвестиційного клімату в Україні, зважаючи на її перспективи розвитку:

- удосконалити діяльність фінансового сектору країни та підвищити його роль в інвестиційних процесах;
- досягти прозорості та відкритості фондового ринку, шляхом удосконалення законодавчої і нормативної бази діяльності фінансових установ, а також діяльності Національної комісії з цінних паперів і фондового ринку. Для активізації роботи законодавчого органу в цій сфері необхідно сприяти участі в розробці нових законів і самих учасників ринку, влаштовуючи відкриті обговорення в засобах масової інформації;
- посилити захист прав інвесторів, що неодмінно збільшить довіру до фінансових установ;
- знизити відтік фінансових ресурсів з ринку інвестицій на ринок державних цінних паперів;
- удосконалювати інфраструктуру ринку і системи біржової торгівлі фінансовими активами, що вимагає об'єднання зусиль держави та професійних учасників цих ринків з метою забезпечення необхідного ресурсного потенціалу перетворень [2, с. 16].

Отже, на сучасному етапі розвитку України забезпечення сприятливого інвестиційного клімату залишається стратегічно важливим завданням, від реалізації якого залежать динаміка соціально-економічного розвитку й можливість модернізації національної економіки. Поштовхом до нарощування інвестицій повинно стати створення сприятливих умов для дії ринкових регуляторів: формування стабільного правового поля, захисту прав власності, зниження податкового тиску на підприємства, розвиток системи ринків і ринкових інструментів, розвиток інформаційної інфраструктури ринку.

Література

1. Звіт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку за 2016 рік. Офіційний сайт НКЦПФР [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/uploads/2017/07/zvit-komosii-2016-ukr-web.pdf>
2. Активізація діяльності ринку цінних паперів як наслідок зростання його інвестиційних можливостей. Журнал «Ринок цінних паперів» № 5—6/2010, С. 13—19.
3. Ринок фінансових послуг в Україні: проблеми і перспективи розвитку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ua-referat.com>

Е.В. Фісюк,

студентка Навчально-наукового інституту економіки,
оподаткування та митної справи

Університету державної фіскальної служби України

науковий керівник: **Ю.І. Ляшенко,**

кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів

Університету державної фіскальної служби України

ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА: ЙОГО АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ

Одним із ключових елементів успішного функціонування підприємства є ефективне управління його фінансовими ресурсами. Аналіз та прогнозування фінансового стану, як головний компонент управління фінансами підприємств, дозволяють виявити здатність підприємств до стійкого функціонування і розвитку в умовах зміни зовнішнього і внутрішнього середовища господарювання.

Актуальність теми. Збитковість та неплатоспроможність значної кількості підприємств, незадовільна структура їх капіталу зумовили необхідність оцінки та прогнозування фінансового стану підприємства. У галузі фінансово-економічної діяльності значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового стану підприємств, оцінки їхньої ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та пошуку шляхів підвищення і зміцнення фінансової стабільності, оздоровлення підприємств та виходу їх з кризового стану. Проте перешкодою реальному відображенню фінансового стану підприємства є ускладнення методичних підходів до його оцінки. Таким чином, вирішення питань, пов'язаних з удосконаленням

існуючих та розробкою нових методичних підходів до аналізу і прогнозування фінансового стану підприємства, набуває особливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблематики аналізу та прогнозування фінансового стану займалась велика кількість науковців, зокрема: Поддєрьогін А.М., Коробов М.Я., Бланк І.А., Білик Л.Д., Сайфулін Р.С., Шеремет А.Д., Покропивний С.Ф., Савицька Г.В., Савчук В.П., Брігхем Ю., Кеннон Дж., Фоулк Р., Сміт Р. та інші. Віддаючи належне доробку науковців з дослідження фінансового стану підприємств слід зазначити, що в Україні проблеми аналізу і прогнозування фінансового стану підприємств і досі залишаються вивченими недостатньо глибоко, тому є потреба в подальших наукових дослідженнях.

Метою статті є теоретичне вивчення актуальних проблем фінансового стану підприємств пов'язаних з його аналізом та прогнозуванням, та розробка науково-практичних рекомендацій щодо його вдосконалення.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- пояснити економічну сутність поняття «фінансовий стан підприємства» як об'єкта прогнозування;
- виявити особливості методів економічного прогнозування, які використовуються для визначення фінансового стану підприємства на перспективу
- оцінити можливість використання зарубіжних і вітчизняних методичних підходів до оцінки фінансового стану підприємства з метою його прогнозування;
- визначити комплекс фінансових показників, які необхідно включати до моделей аналізу фінансового стану підприємства;
- розробити економіко-математичні моделі та здійснити на їх основі аналіз та прогнозування фінансового стану підприємства.

Об'єктом дослідження є фінансовий стан підприємств.

Предметом дослідження є сукупність фінансових відносин, які виникають в процесі управління фінансовим станом підприємства.

З метою забезпечення належного рівня показників фінансового стану необхідно здійснювати розробку заходів з урахуванням необхідності використання основних засад економічної безпеки підприємства. З урахуванням цього до основних завдань відносяться такі: визначення якості фінансового стану, вивчення причин його зміни за певний період, підготовка рекомендацій для підвищення фінансової стійкості і платоспроможності підприємства.

Фінансовий стан — це важлива характеристика підприємства, яка відображає результати господарської діяльності та визначає його фінансову спроможність. Результати аналізу фінансового стану дозволяють формувати відповідну фінансову політику та розробляти заходи, направлені на підвищення ефективності використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання.

Фінансовий стан підприємства характеризує здатність підприємства саморозвиватися на певний момент часу. Фінансовий стан підприємства характеризується системою показників, що дозволяють оцінити наявність, розміщення і ефективність використання фінансових ресурсів.

Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної і фінансової діяльності. Чим вище показники виробництва і реалізації продукції (робіт і послуг), нижче їхня собівартість, тим вище рентабельність і великий прибуток, і тем краще є фінансовий стан підприємства. І навпаки, у результаті недовиконання плану виробництва і реалізації відбувається збільшення собівартості продукції (робіт, послуг), зменшення виторгу і суми прибутку і, як наслідок - погіршення фінансового стану підприємства і його платоспроможності.

У ході аналізу фінансового стану підприємства можуть використовуватися найрізноманітніші прийоми, методи та моделі аналізу, їхня кількість та широта застосування залежать від конкретних цілей аналізу та визначаються його завданнями в кожному конкретному випадку.

Показники оцінки фінансового стану підприємства мають бути такими, щоб усі ті, хто пов'язаний із підприємством економічними відносинами, могли одержати відповідь на запитання, наскільки надійне підприємство як партнер у фінансовому відношенні, а отже, прийняти рішення про економічну доцільність продовження або встановлення таких відносин з підприємством. При оцінці фінансового стану доцільно використання не тільки традиційних методів та способів його діагностування, але й проведення комплексної оцінки фінансового стану господарюючих суб'єктів. Такий підхід на основі комплексної оцінки діяльності підприємства дає змогу одержати не лише підсумкові відомості рівня його роботи, а й формувати напрями підвищення ефективної діяльності підприємства, покращення його фінансового стану.

В доброму фінансовому стані заінтересоване передовсім саме підприємство. Однак добрий фінансовий стан будь-якого підприємства формується в процесі його взаємовідносин із постачальниками, покупцями, акціонерами, банками та іншими юридичними і фізичними особами. З іншого боку, безпосередньо від підприємства залежить міра його економічної привабливості для всіх цих юридичних осіб, що завжди мають можливість вибору між багатьма підприємствами, спроможними задовольнити той самий економічний інтерес.

Про стійкий фінансовий стан підприємства свідчить його спроможність вчасно розраховуватись з поточною заборгованістю, підтримувати платоспроможність у несприятливих обставинах, збільшувати обсяги реалізації та отримувати прибуток. Фінансова стійкість забезпечує стабільну платоспроможність на перспективу, в основі якої лежить збалансованість активів і пасивів, доходів і витрат та грошових потоків. Покращення фінансового стану підприємства можливе шляхом підвищення результативності розміщення та використання ресурсів підприємства. При цьому забезпечується розвиток виробництва чи інших сфер діяльності на основі зростання прибутку й активів, при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності. Задовільний фінансовий стан є найважливішою характеристикою діяльності підприємства, яка відображає конкурентоспроможність підприємства та його потенціал у діловому співробітництві, оцінює якою мірою гарантовані економічні процеси самого підприємства та його партнерів за фінансовими та іншими відносинами.

Висновки. Аналіз фінансового стану підприємства дає якісну та кількісну інформацію про його діяльність суб'єкта господарювання в умовах ринкових відносин. Своєчасна оцінка фінансового стану підприємства сприятиме своєчасному виявленню загроз, що негативно впливають на його діяльність. У результаті чого можливим є визначення основних напрямів покращення фінансового стану підприємства в умовах ринкових відносин, що позитивно вплине на підвищення його фінансово-економічних показників та сприятиме підвищенню рівня економічної безпеки суб'єкта господарювання, а відтак, держави та національної безпеки в цілому.

Література

1. Бурковська А. В. Комплексний підхід до оцінки фінансового стану підприємства / А. В. Бурковська, О. Ю. Соловійов // [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.2/073.pdf>
2. Рудницька О. М. Шляхи покращення фінансового стану українських підприємств / О. М. Рудницька, Я. О. Біленська // Вісник «Логістика», Львів: Вид-во НУ ЛП, 2009. — № 649 — С. 132–138.
3. Савицька, Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства [Текст]: навч. посіб. — 2-ге видан., випр. і доп. / Г. В. Савицька. — К., Знання, 2005. — 662 с.
4. Негашев, Е. В. Методика фінансового аналізу діяльності комерційних організацій [Текст] / Е. В. Негашев, А. Д. Шеремет. — М.: Финансы и статистика, 2009. — 134 с.
5. Кононенко І.В. Управління розвитком підприємства. — Харків: НТУ «ХПІ», 2001. — 134 с.

О.М. Шкарупа,

студентка Навчально-наукового інституту обліку, аналізу та аудиту
Університету державної фіскальної служби України

науковий керівник: **А.М. Савченко,**

кандидат економічних наук, доцент кафедри аудиту та економічного аналізу
Університету державної фіскальної служби України

АНАЛІЗ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ У РОЗРІЗІ ДЕФЕРЕНЦІАЦІЇ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ

Бюджетна та податкова системи держави є її економічною основою, головними засобами реалізації всіх державних функцій та повноважень, забезпечуючи їх фінансування. За структурою доходів бюджетів різних рівнів податки складають їх основну частину, створюючи джерела державних видатків та інших бюджетних витрат. Держава має планувати власні витрати виходячи з розміру доходів до бюджету, тобто залежно від обсягу надходжень.

Соціально-економічний рівень розвитку країни безпосередньо залежить від наповнення дохідної частини бюджету, адекватності податкового адміністрування та науково обґрунтованих прогнозів, на основі яких формуватимуться інституціональні механізми бюджетного, податкового та фінансового процесів щодо розподілу і використання ВВП. Саме через питання наповнення бюджету особливого змісту набуває прогнозування надходжень до Державного бюджету

України та їх достатність для реалізації всіх запрограмованих державних видатків. Таким чином, завдання удосконалення прогнозування доходів бюджетів усіх рівнів є актуальними.

Вдосконалення процесу управління оподаткуванням та контролю за податковими надходженнями від платників вимагає прогнозування податкових надходжень, на базі якого розробляється поточне планування податкових надходжень до бюджету за їх видами.

Від ступеня прогнозованості податкових надходжень, керованості процесу їх формування залежить, насамперед, фінансово-бюджетна збалансованість, ефективність бюджетної політики та її значимість у системі інструментів державного регулювання економіки [1].

Зазначимо, що від оптимальності процесів бюджетного формування залежить сталий соціально-економічний розвиток країни. Питання аналізу й прогнозування податкових доходів бюджету держави, встановлення їх зв'язків з тенденціями та закономірностями розвитку соціально-економічної системи загалом, питання формування ефективної політики бюджетного управління на основі отриманих прогнозних даних і виявлених закономірностей, набувають особливої актуальності в умовах сучасних кризових ситуацій.

Проблема наповнення Державного бюджету України на сьогодні є однією з найгостріших, а наповнення за рахунок податків — одне із найголовніших завдань чинної податкової системи.

Система державного оподаткування повинна не просто залучати частину вартості внутрішнього національного продукту на формування доходів Державного бюджету, але й активно впливати на підвищення ефективності суспільного виробництва, відновити галузі, що конче необхідні для підняття престижу країни, заохочувати окремого виробника, господарюючі суб'єкти до інвестування коштів у різні галузі діяльності, поліпшувати рівень життя як громадян, так і середнього та малого бізнесу.

Відповідно до оперативних даних Міністерства фінансів України 2016 року Державний бюджет України отримав 782749 млн. грн., при цьому дефіцит бюджету дорівнює — 52841,3 млн. грн. [2].

З таблиці 1 бачимо, що відбувається динаміка дефіциту бюджету, на це впливають такі фактори як зміна податкової політики, політичні настрої, кризові явища, інфляційні процеси, зміни в економічних показниках та зовнішньо-економічні взаємовідносини тощо.

Розглянемо структуру доходів Державного бюджету України 2016 року (Рис. 1). Найвагоміше місце займають такі податки: ПДВ - 43.18%, акцизний податок 11.12%, ПДФО — 11.23%, плата за спеціальне користування природними ресурсами — 10.75%, податок на прибуток підприємств — 5.06%.

Таблиця 1

Державний бюджет України 2008-2017 р. (в млн. грн.)			
Роки	Доходи	Видатки	Сальдо
			(дефицит бюджету)
1	2	4	5
2008	231686	241455	-12500,7
2009	209700	242437	-35517,2
2010	240615	303589	-64265,5
2011	314617	333460	-23557,6
2012	346054	395682	-53445,2
2013	339180	403403	-64707,6
2014	356958	430109	-78070,5
2015	534649	576848	-45150,5
2016	782749	835590	-52841,3
2017	781010	791459	-10448,1

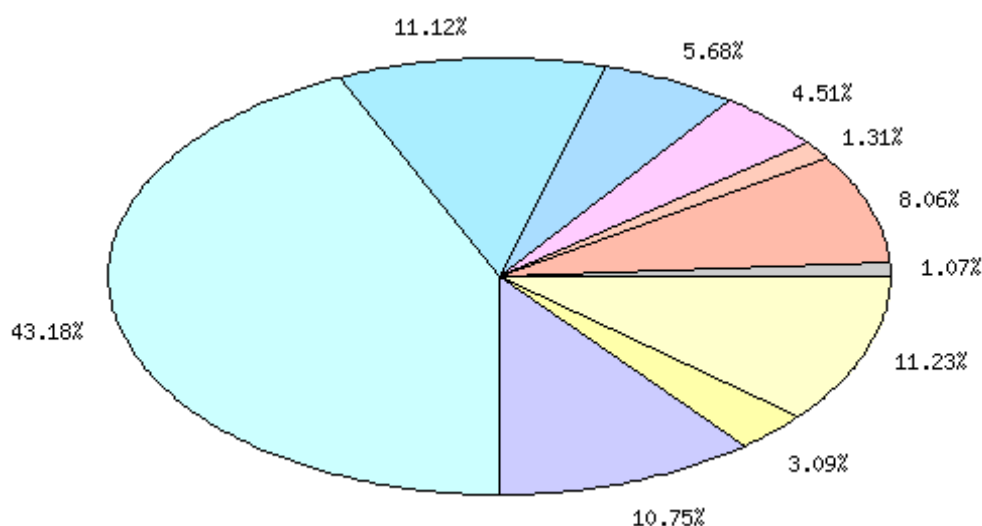


Рис. 1. Структура дохідної частини Держбюджету України на 2016 рік

Бюджетні показники є не просто технічними параметрами процесу формування проекту бюджету, а виступають базою для всебічного і ґрунтовного аналізу територіальних, галузевих особливостей здійснення тих чи інших видів діяльності. З одного боку, цей аналіз дає змогу забезпечити недопущення диспропорцій у розподілі податкового навантаження між суб'єктами бюджетних взаємовідносин, а з іншого — його результати нерідко дозволяють виявити додаткові ресурси чи втрати бюджетних доходів та своєчасно прийняти відповідні управлінські рішення [3].

Таким чином, прогнозування податкових доходів виступає важливим елементом діяльності, який забезпечує об'єктивність, достовірність та виконуваність подальших рішень і поставлених завдань в галузі бюджетного планування, а також складовою частиною податкового аналізу.

Зауважимо, що в Україні відсутнє методологічне забезпечення проектування дохідної частини державного і місцевих бюджетів, раціональної системи прогнозування і планування податкових надходжень, яка б мала ґрунтуватися на використанні кореляційно-регресивних та багатофакторних моделей, теорії експертних оцінок, імітаційних методів і методів оптимізації планових рішень.

Аналіз динаміки щомісячних податкових надходжень за їх видами до державного бюджету, використання економіко-математичних методів і моделей, дозволить виявити особливості надходження податків, взаємозв'язок зміни їхнього обсягу зі зміною загальних макроекономічних показників соціально-економічного розвитку країни, розробити ефективну методику прогнозування податкових надходжень.

Література

1. Василькова Т.В. Оцінка факторів впливу на обсяги надходжень податкових платежів до бюджетів усіх рівнів / Т.В. Василькова // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право). — 2009. — № 3(46). — С. 122–129.
2. Державний бюджет України 2008-2016 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Показники виконання бюджету за 2016 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/budget/>

ЗМІСТ

Розділ 1

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА АУДИТ, СТАТИСТИКА

<i>А.М. Бельдій, І.М. Лепетан,</i> ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ	3
<i>Т.І. Денисова, О.В. Кравченко,</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	5
<i>В. Kobylanskyi, L. Onuchak,</i> ACCOUNTING OUTSOURCING SERVICES IN UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS.....	7
<i>М.С. Левчук, Я.І. Мулик,</i> АУДИТ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ.....	9
<i>А.А. Маценко, Л.А. Майстер,</i> ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ ГОЛОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ МЕТОДУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	11
<i>І.В. Осаволук, Л.А. Майстер,</i> БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ	13
<i>Ю.С. Рабоконь, К.В. Бурко,</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ	15
<i>Ж.В. Фесенко, О.Г. Коренєва,</i> ОПТИМІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ДИСТРИБ'ЮТОРА.....	17
<i>А.В. Шапаренко, О.В. Кравченко,</i> ЗМІНИ В ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИТРАТ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ.....	21
<i>Ю.С. Шимко,</i> ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ЗА РОЗРАХУНКАМИ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	27

Розділ 2

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТ

<i>М.О. Божок, С.П. Ковальчук,</i> ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК	34
<i>М.О. Божок,</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	37
<i>Т.С. Бойчук, Ю.В. Козут,</i> НЕМАТЕРІАЛЬНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ.....	42

<i>Н.О. Гаращук, І.Ф. Лобачева,</i> ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	47
<i>М.І. Данилюк, І.А. Лопашук,</i> ТОВАРОЗНАВЧІ ТА МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ	52
<i>Т.О. Іванчик, І.С. Ящишина, Л.П. Середницька,</i> РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ «ЕЛЬДОРАДО»).....	57
<i>Т.О. Іванчик, Л.П. Середницька,</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	61
<i>О.Р. Кривицька,</i> ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ	65
<i>О.Ю. Кулакова, А.І. Калініченко,</i> ЗНАЧЕННЯ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ З ТУРИСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	67
<i>О.Ю. Кулакова, О.П. Недбалюк,</i> МЕТОДИ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ	70
<i>О.М. Лозовський, Н.Є. Стахова,</i> ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	75
<i>О.М. Лозовський, А.А. Ковальова,</i> УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	78
<i>О.С. Пальонко, І.І. Пилипишина, В.В. Покинньчереда,</i> МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ: МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД	83
<i>А.В. Полякова, І.Ф. Лобачева,</i> ТЕОРІЯ ІГОР У ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	88
<i>І.С. Ткаченко,</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	93
<i>І.І. Тучковська, Л.О. Бутрій,</i> ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ	98
<i>І.І. Тучковська, О.Б. Делявська,</i> КВАЛІФІКАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ	102
<i>Е.В. Фісюк, К.Ф. Черкашина,</i> ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІНФЛЯЦІЇ ТА БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ	107
<i>О.В. Швидка, О.В. Кислиця,</i> КІЛЬКІСНЕ ВИМІРЮВАННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	111
<i>Д.О. Шматко, О.В. Кравченко,</i> ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ	113

Розділ 3
МАТЕМАТИЧНІ ТА ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ МЕТОДИ ЕКОНОМІКИ

<i>Н.А. Гетьман, О.В. Деряга, С.Д. Мамченко,</i> ДОСЛІДЖЕННЯ НЕЛІНІЙНИХ МОДЕЛЕЙ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ЗАСОБАМИ MATLAB	118
--	-----

Розділ 4
РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

<i>Т.А. Дейнека,</i> РОЛЬ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ У РОЗВ'ЯЗАННІ / ЗАГОСТРЕННІ СУПЕРЕЧНОСТЕЙ СУЧАСНОГО ТРАНСФОРМАЦІЙНОГО ПЕРІОДУ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА.....	123
<i>Є.В. Цовма, Н.В. Непрядкіна,</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ	125

Розділ 5
СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА
МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<i>В.О. Демчук, О.В. Бурдяк,</i> ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК	129
<i>Є.О. Черненко, Ф.О. Журавка,</i> АНАЛІЗ СИСТЕМИ ВАЛЮТНОГО КУРСОУТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ	131
<i>І.І. Кухар, Л.О. Шевчук, О.В. Смагло,</i> ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ	137
<i>І.П. Шуляк,</i> ПРОГНОЗУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СВІТУ	143

Розділ 6
СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ,
ГАЛУЗЕЙ, КОМПЛЕКСІВ

<i>О.О. Кравченко, Т.Л. Зубко,</i> БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНТРОЛЮ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ	147
--	-----

Розділ 7
СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

<i>В.М. Липецька, В.С. Витинник, Л.П. Середницька,</i> ВИКОРИСТАННЯ ВІЗУАЛЬНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГУ ЯК ІННОВАЦІЙНОГО ІНСТРУМЕНТУ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ APPLE	149
<i>О.М. Лозовський, О.О. Осадчук,</i> ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	153
<i>О.М. Лозовський, М.О. Молодцова,</i> КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	158
<i>А.В. Полякова, А.І. Калініченко,</i> ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НАЗВ КІНОСТРИЧОК	164

Розділ 8
ФІНАНСИ, ГРОШОВИЙ ОБІГ І КРЕДИТ

<i>В.Г. Бабіченко, М.Е. Хуторна,</i> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕСУРСНОЇ ПОЛІТИКИ БАНКІВ	168
<i>Д.О. Дюкарева, М.М. Дученко,</i> ФУНКЦІЇ ТА РОЛЬ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ	173
<i>Jan Czempas,</i> RYZKO INWESTOWANIA W ZŁOTO, SREBRO, DIAMENTY	175
<i>Daniel Jurewicz,</i> DYSCYPLINA FINANSÓW POLSKICH JEDNOSTEK SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO	179
<i>Jolanta Pasionek,</i> MACRO-ECONOMIC DATA FROM THE AMERICAN ECONOMY AND THEIR MEANING FOR SHORT-TERM VOLATILITY OF EXCHANGE RATES ON THE FOREX MARKET	184
<i>Я.І. Соколик, С.І. Мінтянський,</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО ІНВЕСТИВАННЯ В УКРАЇНІ	188
<i>Я.І. Соколик, С.І. Мінтянський,</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО ІНВЕСТИВАННЯ В УКРАЇНІ	190
<i>О.М. Шкарупа, А.М. Савченко,</i> АНАЛІЗ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ У РОЗРІЗІ ДЕФЕРЕНЦІАЦІЇ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ	193