

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
(International Scientific Journal)

**ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА
НАУКОВА РАДА**

Збірник тез наукових робіт

**II МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

**«ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ЕКОНОМІКИ ТА ФІНАНСІВ»**

«28» травня 2015

**Київ–Прага–Відень
2015**

**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
(INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL)**

**ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА
НАУКОВА РАДА**

Збірник тез наукових робіт

**II МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
«ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТА ФІНАНСІВ»**

«28» травня 2015

Сборник тезисов научных работ

**II МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ
«ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ»**

«28» мая 2015

Abstracts of scientific works

**II INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE
«GLOBAL ISSUES OF ECONOMY AND FINANCE»**

«28» May 2015

Київ–Прага–Відень
2015

ББК 65
УДК 330.1
Г-52

Г-52 Глобальні проблеми економіки та фінансів: збірник тез наукових робіт II Міжнародної науково-практичної конференції (Київ–Прага–Відень, «28» травня 2015 року / Фінансово-економічний наукова рада, 2015. – 188 с.

У збірнику представлені матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції: «Глобальні проблеми економіки і фінансів».

Матеріали публікуються мовою оригіналу у авторській редакції.

Редакція не завжди поділяє думки і погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов'язковими.

ББК 65
УДК 330.1

© Автори статей, 2015
© Фінансово-економічний наукова рада, 2015
© Міжнародний науковий журнал, 2015

Зміст

СЕКЦІЯ 1: PR, РЕКЛАМА ТА МАРКЕТИНГ	7
Заярна А.Р.	
Особливості трансформації маркетингу в електронній комерції	7
Пазюк В.Л.	
Етикетка, як інструмент формування винного бренда.....	10
СЕКЦІЯ 2: БАНКІВСЬКА СПРАВА.....	14
Дмитренко О.І.	
Основні етапи аналізу інвестиційної діяльності банку у розкритті змінності рівня її ризикованості	14
Шаутіна М.Ю.	
Формування довіри населення до банків як передумова економічного розвитку України.....	17
СЕКЦІЯ 3: БУХГАЛТЕРСЬКИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК І АУДИТ ..21	
Грицишен Д.О.	
Система поводження з відходами на промислових підприємствах	21
Середенко Ю.О.	
Сучасні проблеми автоматизації аудиту в Україні.....	24
Ласкіна Ю.О., Нирненко К.О., Коновалова О.В.	
Проблеми підвищення якості аудиторських послуг в Україні	28
Сукач В.М., Шипунова О.В.	
Особливості внутрішнього аудиту на підприємствах роздрібної торгівлі... 	30
СЕКЦІЯ 4: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	34
Захарченко Е.С.	
Инновационные кластеры как институты инновационного развития на мезоуровне	34
СЕКЦІЯ 5: ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА	38
Бортнік В.В.	
Економічна безпека особистості в умовах глобалізації	38
Савчук В. М.	41
Особливості взаємозв'язку продовольчої безпеки та економічного добробуту населення	41
Хомич В.В.	
Управління фінансовою безпекою підприємства в умовах кризи	45

СЕКЦІЯ 6: ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	49
Альфер А.В., Коваленко Д.С.	
Еко-отели украины: современное состояние и перспективы развития..	49
Данілкова А.Ю.	
Суспільно-економічні аспекти розвитку енергозбереження в Україні ...	52
Довгань Л.Є., Мохонько О.М.	
Стратегічний потенціал підприємства як основа підвищення конкурентоспроможності	55
Лаврінченко Д.М.	
Моніторинг потенціалу ринку готельних мереж України	58
Маркович І.Б.	
Організаційно-управлінські підходи до посилення інноваційної конкуренції	63
Руденок К.В.	
Сравнительная характеристика методов оценки инвестиционной привлекательности предприятия	67
Стахів О.А., Адамчук Т.Л.	
Екологізація сільськогосподарського підприємництва	71
Тігарєва В.А.	
Огляд методології моделювання бізнес-процесів aris	75
Ткач І.В.	
Етапи здійснення внутрішньогосподарського контролю капітальних вкладень енергопостачальних компаній	77
СЕКЦІЯ 7: ЕКОНОМІКА ПРАЦІ Й УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ..	80
Кириченко Т.О.	
Гендерні аспекти зайнятості в сільському господарстві України	80
Левченко А.С., Королева Н.В., Семернина О.К.	
Коучинг как новая технология развития и обучения персонала	83
Пастух О.В.	
Економічне стимулювання працівників	97
Попков О.А., Гірман А.П.	
Удосконалення системи професійного підбору кадрів на прикладі ПАТ КБ «Приватбанк»	100
Шворак Р.С.	
Аналіз трудового потенціалу на ринку праці у волинській області за період з 2000–2014 років	103
СЕКЦІЯ 8: МЕНЕДЖМЕНТ	107
Михайловський С.В.	
Шляхи підвищення мотивації праці на сільськогосподарських підприємствах	107

СЕКЦИЯ 9: МИРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В XXI СТОЛЕТИИ	110
Третьяков А.А. Динамика развития атэс в условиях меняющейся хозяйственной конъюнктуры	110
СЕКЦІЯ 10: МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА.....	113
Вірбулевська Олена Вікторівна, Бородай Анжеліка Олександрівна Україна у процесах міжнародної міграції робочої сили	113
Гладченко А.Ю. Межі застосування класичних концепцій формування передумов економічної рівноваги	115
Кузьмінська Ю.Р. Особливості регулювання демпінгової діяльності системі міжнародних економічних відносин	117
Oksana Polishchuk Strategy of providing international competitiveness of domestic enterprises in the context of national development priorities	123
Фролов О. О. Щодо деяких питань міжнародної економічної інтеграції	127
Чава О. Р. Удосконалення управління експортною діяльністю виноробного підприємства	130
Шаптала С. Д.....	135
Аналіз стратегій виходу на міжнародні ринки для українських підприємств.....	135
Шеховцова М.В.....	139
Підвищення конкурентоспроможності підприємства приладобудівної галузі.....	139
СЕКЦІЯ 11: ПРОБЛЕМИ МАКРОЕКОНОМІКИ	145
Шашула Л.О., Музика Н.М. Пріоритетні напрями формування системи оцінювання земельного капіталу	145
СЕКЦІЯ 12: РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	149
Бокій О.В.....	149
Цінова ситуація на ринку хліба України	149
СЕКЦІЯ 13: РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	152
Гоблик В.В.....	152
Класифікація транскордонних регіонів на зовнішніх кордонах України ..	152

СЕКЦІЯ 14: ТЕОРІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ	156
Гураш А.А.....	156
Концептуальні основи формування механізмів управління соціально-економічними системами	156
СЕКЦІЯ 15: ФІНАНСИ І ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА.....	160
T. Galljamowa, M. Semenowa, T. Dik	
Der moderne zustand der steuerkontrolle nach der bezahlung der mehrwertsteuer in Russland	160
Стрілець В.Ю., Сиротюк А.Ф.	
Шляхи реформування податкової політики в умовах євроінтеграції ..	164
СЕКЦІЯ 16: ФІНАНСИ, ГРОШІ ТА КРЕДИТ	167
Демкович О.В.	
Суть поняття «соціальна програма» та її основні різновиди класифікацій	167
Колесников П.С.	
Підходи до визначення сутності дебіторської заборгованості. Переваги та недоліки	170
Леонова А.В.	
Особливості впливу національних відсоткових ставок на валютні курси в умовах загострення соціально-економічної та політичної кризи	176
Савицька О.І.	
Сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності сумської області.....	181
Шестопалов В.Г.	
Фінансовий потенціал банків у структурі фінансового потенціалу регіонів України	184

Секція 1: PR, РЕКЛАМА ТА МАРКЕТИНГ

Заярна А.Р.

*студентка кафедри промислового маркетингу
Київський політехнічний інститут
м. Київ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАРКЕТИНГУ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Глобальний розвиток електронної комерції неминуче позначився на теорії і практиці маркетингу, змінивши не тільки форму, а й зміст концептуальної науки. Трансформація маркетингу стала результатом неформальної інституціоналізації нових форм економічних відносин. Для теорії маркетингу це особливо актуально, оскільки саме маркетинг має справу з ринковим середовищем підприємства.

В умовах мережевої економіки і віртуальних форм ведення бізнесу інтернет-маркетинг представляє собою ту ж маркетингову діяльність, але тільки в нових умовах і на новому системному рівні самоорганізації. З одного боку, інтернет-маркетинг виступає як неформальний інструмент мережевої економіки, що включає в себе традиції, звичаї і правила ведення економічної діяльності в нових умовах. З іншого боку, інтернет-маркетинг представляє собою невід'ємну функцію електронної комерції, відповідальну за всі взаємодії фірми і зовнішнього середовища.

Тому, якщо раніше дійсно інтернет-маркетинг асоціювався в основному з інтернет-комунікаціями, то сьогодні він поступово перетворюється у самостійну наукову дисципліну. Наприклад, відомий американський теоретик маркетингу П. Дойль відносить інтернет-маркетинг до четвертої стадії еволюції маркетингу (за власною класифікацією), визначаючи його як «управління відносинами з індивідуальними покупцями».

Бурхливий розвиток інтернет-маркетингу відбувся у наслідок зміни акцентів маркетингової політики під впливом нових технологічних можливостей, пов'язаних з мережею Інтернет, як про це пише П. Дойль [4, с. 425].

У цього процесу були макроекономічні та інституційні причини, що виходять за рамки теорії маркетингу. Причини, пов'язані зі структурними змінами у світовій економіці та ліквідацією дисбалансів між виробничими і трансакційними витратами.

Для пояснення цих причин слід звернутися до тих самих структурних змін в світовій економіці. Ще 10–15 років тому просування товарів

відбувалося по довгому ланцюгу руху товару (дистриб'ютори, оптовики, роздріб і т.д.). Власники торгових марок контролювали, використовуючи маркетингову «стратегію втягування», канали збуту та перетворювати трансакційні витрати в свої прибутки. Фінансові інститути (банки та емітенти цінних паперів) витягували прибуток за рахунок кредитування учасників ринку на всіх етапах ланцюга товаропросування.

Потім виробництво було віддано на відкуп азіатським виробникам, які не мали доступу до зовнішніх ринків. У першу чергу, мова йшла про Китай [6, с. 270–282].

З розвитком електронної комерції азіатські (в основному китайські) виробники отримали можливість прямого доступу до зовнішніх споживчих ринків. Сформувався принципово новий підхід до організації маркетингової діяльності — так званий «Азіатський підхід» [5, с. 26–27].

Новий азіатський підхід до організації маркетингу був заснований на мінімізації трансакційних витрат, коли за допомогою Інтернету товар надходить до кінцевого споживача, минаючи традиційних посередників. У азіатських виробників не було виходу на закордонну інфраструктуру збуту, а торгові ланцюги не мали на увазі щось більше, ніж прямі договори з покупцями.

Електронна комерція дозволила азійським виробникам дійти з прямими поставками до найвіддаленіших куточків земної кулі і захистити свій ринок від іноземного впливу. Це стало причиною феноменального росту електронної комерції в Китаї.

Завдяки розвитку електронної торгівлі загальний вектор економічного розвитку переорієнтувався в бік зменшення трансакційних витрат і зниження впливу державного регулювання в економіці.

Емпіричні дослідження ринку електронної комерції в США свідчать, що електронна торгівля демонструє велику конкурентоспроможність порівняно з традиційною роздрібною торгівлею.

Електронна торгівля поза відміння трансакційні витрати, але зводить їх до мінімуму. У цьому полягає секрет ефективності та самодостатності інтернет-маркетингу, всього того, що Ф. Котлер назвав «прокляттям» для певних секторів роздрібною торгівлі [8, с. 144].

Віртуалізація роздрібних продажів призвела до того, що трансакційні витрати інтернет-компаній опустилися нижче трансакційних витрат традиційних продавців. Згідно сформованої Р. Коузом теорії фірми: «фірми повинні виникати просто для здійснення дій, які в іншому випадку здійснювалися б через ринкові трансакції (зрозуміло, якщо внутрішньо фірмові витрати менші, ніж витрати ринкових трансакцій)» [7, с. 12].

Сьогодні ця теорія застаріла для вертикально інтегрованих, відокремлених від ринку компаній, що просувають свою продукцію в мережі Інтернет, але вона більш ніж актуальна для діючих там віртуальних компаній.

В результаті змінилися методи конкурентної поведінки. Територіальний монополізм продавців залишився в минулому. Тепер достатньо набрати назву потрібного товару в пошуковик, і покупець негайно отримує десятки, а то й сотні конкурентних пропозицій. Відповідно, конкуренція перемістилася зі сфери якості, ціни та реклами в сферу сервісу, інформації та асортименту.

Сьогодні в електронній комерції стрімко розвиваються процеси інституціоналізації, які проявляються через закріплення неформальних норм і правил поведінки. Цей процес йде на рівні покупців, підприємців та малого бізнесу, оскільки їх потенціал попиту в сукупності набагато перевищує потенціал середнього бізнесу.

Технології електронної комерції еволюціонують у бік здешевлення послуг, а також підвищення доступності покупок і технологій продажів. Тому основні дивіденди від електронної комерції отримують виробники і покупці, а не торгові посередники, банки та інвестори, як це було раніше.

Американські маркетологи М. Крістофер і Х. Пек виділяють три напрямки якісних змін в організації бізнесу в умовах електронної комерції [9, с. 139]:

- 1) зміна орієнтації маркетингу від функцій до процесів;
- 2) зміна орієнтації маркетингу від товарів до покупців;
- 3) зміна орієнтації маркетингу від прибутку до ефективності.

Еволюційно електронна комерція знаходиться сьогодні на такому етапі інституційних відносин, де їх зміст вже знайшов інституційну основу, але поки ще не знайшло інституційну форму. Інтернет-маркетинг, як якісно нова (системна) форма організації маркетингу, повторює у своєму розвитку шлях загальної теорії маркетингу.

Три концепції традиційної теорії маркетингу, що сформувалися в 1930–1940 рр., Характеризують етапи цього шляху [5, с. 22]:

1. *Розподільна концепція маркетингу* — ув'язує ефективність маркетингових заходів із забезпеченням оптимальної доступності товару на ринку. В умовах недостатності конкуренції (як у традиційному маркетингу) або постійного припливу нових покупців (як в інтернет-маркетингу) розподіл відіграє вирішальну роль в організації продажів.

2. *Інституційна концепція маркетингу* — ув'язує ефективність маркетингових заходів з ефективністю взаємодії всіх зацікавлених в угоді сторін. Незважаючи на окремі приклади лідируючих в Інтернеті компаній, загальні правила ринкової поведінки, що роблять цю концепцію загальноприйнятною.

3. *Функціональна концепція маркетингу* — ув'язує ефективність маркетингових заходів з реалізацією стандартного набору загальноприйнятних маркетингових функцій, стратегій і інструментів.

На даний момент в інтернет-маркетингу домінує розподільна концепція, потенціал подальшого розвитку якої далеко не вичерпний. Практично щороку в Інтернеті з'являються нові способи просування (соціальні мережі, блоги і т.д.) і пов'язані з ними цільові ринки.

Тому основне завдання теорії інтернет-маркетингу полягає в узагальненні, класифікації та аналізі величезної кількості фактичного матеріалу, пов'язаного з формуванням інститутами електронної комерції. Саме тут сьогодні зосереджений ключовий напрямок розвитку не тільки інтернет-маркетингу, але і всієї теорії маркетингу загалом.

Література

1. Котлер, Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер. — СПб.: Питер, 2011. — 816 с. — ВВК 978-5-459-00841-8.
2. Вірін, Ф.Ю. Інтернет-маркетинг. Повний збірник практичних інструментів / Ф.Ю. Вірін. — М.: Ексмо, 2010. — 224 с. — ВВК 978-5-699-42302-6.
3. Drucker, PF Management: Tasks, Responsibilities Practices / PF Drucker. — New York: Truman Talley Books, 1986. — 554 p. — ISBN0-525-24463-8.
4. Дойль, П. Маркетинг, орієнтований на вартість / П. Дойль. — СПб.: Питер, 2001. — 480 с. — ISBN5-318-00226-9.
5. Калужський, М.Л. Практичний маркетинг / М.Л. Калужській. — СПб.: Питер, 2012. — 172 с. — ISBN978-5-45901214-9.
6. Жуджунь, Д. Феномен економічного розвитку Китаю / Д. Жуджунь, М.М. Ковальов, В.В. Новик. — Мн.: БДУ, 2008. — 446 с. — ISBN978-985-476-625-6.
7. Коуз, Р. Фірма, ринок і право / Р. Коуз. — М.: Нове вид-во, 2007. — 224 с. — ISBN978-5-98379-87-2.
8. Котлер, Ф. 300 ключових питань маркетингу: відповідає Філіп Котлер / Ф. Котлер. — М.: ЗАО «Олімп-Бізнес», 2006. — 222 с. — ISBN5-9693-0077-2.
9. Крістофер, М. Маркетингова логістика / М. Крістофер, Х. Пек. — М.: Технології, 2005. — 200 с. — ISBN594833-012-5.

Пазюк В.Л.

*здобувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Чернігівський національний технологічний університет
м. Чернігів, Україна*

ЕТИКЕТКА, ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ВИННОГО БРЕНДА

Винний бренд формується за допомогою комунікацій, чуток і досвіду використання та є відображенням рівня довіри споживачів. Довіра до винного бренда підтримує глибокий і тривалий зв'язок із споживачем, впливаючи на його почуття та емоції. Тому чим довше винний бренд

зможе утримувати споживачів, тим більш прибутковим він стане, і тим вищу ціну споживачі готові будуть платити за продукт під його ім'ям. Винний бренд має здатність протистояти конкуренції, приносить виробнику додатковий потік грошей та прискорює виведення нового продукту на ринок [4]. Але без формування у споживачів почуття впевненості та довіри до винного бренда, шанси на ринковий успіх різко знижуються.

Споживач завжди прагне купити продукт, який би викликав позитивні емоції. Позитивні емоції можна створити за допомогою певних візуальних образів. Завдяки інноваціям, що впроваджуються виробником не тільки у технологію виробництва, але й у стратегії виходу на ринок, розвитку та просування винної продукції, винний бренд досягає своєї унікальності. Необхідно постійно привносити нові зміни та досвід для того, щоб винний бренд міг встояти в конкурентній боротьбі.

В умовах сучасної ринкової економіки стає все складніше створити винний бренд, який не схожий на інших. Саме винна етикетка стає засобом комунікації із споживачем, візуально і тактильно дає уявлення про те, що тримає в руках споживач. Етикетка вважається паспортом вина і те, як вона виглядає, як оформлена, її розмір — відіграє вирішальну роль при виборі вина. Приваблива етикетка збільшує частоту імпульсних купівель, а значить, активно знайомить аудиторію з винним брендом. При вдало розробленій стратегії, етикетка навіть може бути провідним засобом створення бажаного для виробника іміджу. Винна етикетка стає першорядним засобом комунікації винного бренда, яка ідентифікує продукт, несе його емоційні вигоди, цінності та переваги, а також транслює інформацію, важливу для покупця за прийнятими держстандартами [3]. Винна етикетка повідомляє споживачеві про якість і особливі вигоди продукту. Красива і незвичайна винна етикетка зацікавлює покупця і мотивує його до здійснення купівлі, саме тому так важливий дизайн етикетки. Грамотний і виразний дизайн етикетки виділяє продукт на полиці серед незліченної кількості аналогів, привертає увагу, робить бренд упізнаваним.

Розробка дизайну етикетки — є необхідною умовою для стійких високих продажів, а витрати на її дизайн — це довгострокове інвестування, що дає реальний результат. Продуманий дизайн, висока якість виконання сприяють зміцненню довіри до винного бренда. Тому, дизайн — це цінна складова, що дозволяє значно скоротити витрати на інші способи стимулювання продажів та в разі збільшити їх ефективність і, як наслідок, сформувати та зміцнити довготривалу лояльність споживачів. Витрати на дизайн є довгостроковим інвестування, що дає реальний результат. Важливу роль відіграє матеріал, з якого виготовляється етикетка — картон, фольга, папір, полімери, самоклеючий папір та інші. Винна етикетка «спілкується» із споживачем через колір, форму, текстуру і т. ін. Тому кольорове вирішення, форма, фактура винної етикетки вплива-

ють на споживача на підсвідомому рівні. Вибираючи відповідні колірні рішення і зображення, виробник підвищує шанси власного бренда на впізнаваність серед споживачів [1]. Отже, грамотний і виразний дизайн етикетки бренда повинен проходити в рамках загальної дизайн-концепції виробника, фірмового стилю, враховувати вік потенційних покупців, підкреслювати унікальні переваги продукту. Абсолютно всі елементи етикетки мають відповідати загальному задуму і максимально доносити до споживачів цінності продукту. При виборі необхідного типу етикетки обов'язково потрібно врахувати наступні фактори: вартість витратних матеріалів; вартість друку та маркування; передача і зовнішній вигляд зображення; довговічність; гнучкість на виробництві; екологічні якості; функціональні якості; інформаційні вимоги; захисні властивості [2]. При виробництві етикеток сьогодні використовуються останні новинки і досягнення техніки. У зв'язку з цим відкриті великі можливості для розробки сучасних концепцій, враховуючи форму, матеріал, технологію виготовлення, креативні ідеї — все те, що працює на диференціацію товару на полиці і мотивує споживачів.

В даний час винна етикетка є найпотужнішим стимулятором продажів і причиною імпульсивних купівель. Чим грамотніше і виразніше виконана винна етикетка, тим вище впізнаваність винного бренда і, відповідно, рівень продажів. Винна етикетка дозволяє споживачам із зручністю і економією часу знаходити продукцію певного бренда серед аналогічних виробів конкурентів. Будь яка винна етикетка повинна бути пов'язана з продуктом не тільки на раціональному, а й на емоційному рівні, бути високоякісною, зрозумілою і легко читатися. Отже, винна етикетка — ключовий інструмент посилення емоційної складової в процесі спонтанного або усвідомленого вибору споживачів, а за відсутності можливості спробувати продукт, саме етикетка має на споживача вирішальний вплив.

Професійно розроблена етикетка сприяє досягненню значної частини цілей комунікативної програми. Таким чином, реалізація можливостей емоційного впливу на покупця шляхом грамотного дизайну етикетки стимулює вибір певного продукту безпосередньо в магазині і сприяє зміцненню лояльності покупців до продукту, а також формує позитивний образ бренда в очах споживачів.

Для створення винної етикетки необхідно мати чітко сформульовану ідею унікальності продукту і його концепції, бажано з чітко визначеною цільовою аудиторією. Винна етикетка повинна виглядати оригінально, ексклюзивно, адже у виробника є всього кілька секунд, щоб піднести свій продукт і справити позитивне враження. За допомогою етикетки можливо постійно оновлювати продукт, додаючи йому, новий візуальний образ, а вдале його втілення допоможе з легкістю просувати винну продукцію на ринок і бути засобом боротьби за покупця [4].

Сильна ринкова конкуренція, високохудожні стилістичні вимоги і приклади з практики відомих художників (Уорхол та ін.), коли етикетка ставала витвором мистецтва, диктують високу планку, щодо створення винної етикетки. Через обмеження промоушн-можливостей у зв'язку з типом продукції, етикетка стає потужним засобом просування, здатним привернути увагу споживачів. Створення унікальної винної етикетки стає першим сильнодіючим засобом презентації продукту. Тому, етикетка — це потужний, цінний інструмент винного бренда, що дозволяє значно скоротити витрати на інші способи стимулювання продажів та в рази збільшити їх ефективність, і як наслідок, сформувати і зміцнити довготривалу лояльність споживачів до винного бренда.

Основними показниками, що сприяють довгостроковому перебуванню винного бренда на ринку є: інновація; технічні досягнення; революційні зміни, які мають вплив на рівень розвитку в суспільстві та на мислення споживачів. Завдання винного бренда виявляється у тому, щоб споживач сприймав продукт через відчуття та емоції. Відповідно до цього, виробник при створенні винного бренда повинен орієнтуватися здебільшого не на матеріальні фактори, які часто залишають споживачів байдужими та не створюють довготривалих зв'язків, а на створення позитивних вражень і стимулювання почуття задоволення від купівлі. Тому, що споживачі сьогодення концентруються на купівлі символів, що мають вагу для їх самих та їхньої соціальної групи. Особливо важливо звернути увагу виробників саме на етикетку, як інструмент формування винного бренда, оскільки, за допомогою створення виразного та яскравого образу, бренд говорить на мові споживача: сповіщає про цінності, відображає національні традиції та сучасні тенденції і т.ін.

Література

1. Vicky Chi ManTanga, Anat Tchetchik, Eli Cohenc. Perception of wine labels by Hong Kong Chinese consumers / Vicky Chi Man Tanga, Anat Tchetchik, Eli Cohenc // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1016/j.wep.2015.02.002>
2. Официальный сайт компании «Планета упаковки» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.planeta-upakovki.ru/80.htm
3. Телетов О.С. Упаковка як об'єкт інноваційного маркетингу. / О.С. Телетов, В.М. Шатова // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2014. — № 2. — С. 11–20. [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mimi_2014_2_3.pdf.
4. Україномовний розділ відкритої багатомовної мережевої енциклопедії. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/>.

Секція 2: БАНКІВСЬКА СПРАВА

Дмитренко О.І.
аспірант

*Університет банківської справи
Національного банку України
м. Київ, Україна*

ОСНОВНІ ЕТАПИ АНАЛІЗУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ У РОЗКРИТТІ ЗМІННОСТІ РІВНЯ ЇЇ РИЗИКОВАНОСТІ

Сталий розвиток та функціонування сучасного банку передбачає здійснення різноманітних напрямів банківської діяльності. При цьому одним із таких напрямів, який дозволяє поповнити як дохідну частину балансу, так й ресурсу базу банку являється інвестиційна діяльність. Втім така діяльність пов'язана з можливістю виникнення та поширення відповідного інвестиційного ризику, як одного із різновидів банківських ризиків [1, с. 12–18]. Тож важливим є здійснення аналізу інвестиційної діяльності банку з метою виявлення та розкриття імовірних проявів виникнення й поширення інвестиційного ризику. Відтак постає питання щодо визначення ключових етапів з проведення такого аналізу. Тож саме це й варто визначити в якості основної мети даної роботи.

Загалом здійснення аналізу діяльності сучасного банку передбачає, зазвичай, застосування цілого спектру різноманітних методів та підходів [2, 3]. Однак, незважаючи на це, вкрай недостатньо розкритими є питання з визначення етапності проведення відповідного аналізу. Доцільність такого зауваження пов'язано з тим, що встановлена етапність будь якого аналізу дозволяє не лише більш повно розкрити змістовність такого дослідження, але й підкреслити необхідні складові його здійснення, які спрямовані на досягнення конкретно визначених цілей.

Якщо ж безпосередньо розглядати етапність ведення аналізу інвестиційної діяльності банку щодо розкриття її рівня ризикованості, то, перш за все, варто враховувати той факт, що виникнення та поширення інвестиційного ризику банку супроводжується наявною взаємністю прояву такого різновиду ризику з іншими банківськими ризиками. Тож врахування цього факту й обумовлює необхідність запровадження різних етапів щодо розкриття змістовності інвестиційної діяльності банку. При цьому загалом змістовність можливих етапів щодо аналізу інвестиційної діяльності банку передбачає:

- визначення окремих напрямів аналізу щодо розкриття ризикованості ведення інвестиційної діяльності банку;
- визначення інтервалу часу, який береться до уваги з погляду визначення рівня ризикованості ведення інвестиційної діяльності банку;
- обрання групи показників для узагальнення рівня ризикованості ведення інвестиційної діяльності банку.

До окремих же етапів аналізу інвестиційної діяльності банку щодо визначення прояву та поширення можливого рівня інвестиційного ризику варто віднести:

- порівняльну оцінку інвестиційної діяльності банку з погляду основних показників функціонування банку. Такий етап дозволяє не лише підкреслити та визначити значення інвестиційної діяльності банку з погляду загальної сталості його функціонування, а й конкретизувати потенційну можливість прояву інвестиційного ризику;
- оцінку наявної динаміки окремих різновидів інвестиційної діяльності банку. Відповідний етап аналізу, перш за все, сприяє узагальненню змістовності інвестиційної діяльності окремого банку. Відтак з'являється підстава для розкриття та визначення можливих проблемних аспектів у здійсненні інвестиційної діяльності щодо оцінки та врахування імовірного виникнення й прояву інвестиційного ризику відповідно до функціональної спрямованості означеної діяльності банку, який досліджується;
- розкриття впливовості різних факторів впливу на сталість ведення інвестиційної діяльності, а відтак це дозволяє узагальнити імовірність виникнення та поширення інвестиційного ризику банку. Зокрема до окремих напрямів дослідження впливу таких факторів можна віднести аналіз взаємності руху різноманітних фінансових потоків банку, що дозволяє більш точно встановити та розкрити наявні можливості виникнення, прояву та поширення інвестиційного ризику.

Відмічені вище етапи, з визначення сутнісної змістовності інвестиційної активності банку щодо розкриття імовірного прояву та поширення інвестиційного ризику, ґрунтуються, як на багатозначності можливого узагальнення сутнісного розуміння інвестиційного ризику банку, його взаємності з іншими різновидами банківських ризиків, так й на множинності існуючих напрямів з ведення банківської діяльності, впливу на сталість проведення таких напрямів факторів внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування банку, що може бути встановлено та доповнено за рахунок аналізу взаємної рухомості різних фінансових потоків банку.

Поряд з цим доречність та ґрунтовність зроблених висновків, відносно складових етапів щодо проведення зазначеного аналізу, буде

адекватною у разі одночасного розгляду декількох банків. Це дозволить визначити й підкреслити особливості ведення інвестиційної діяльності з погляду різних банків, а відтак й інвестиційного ризику та надасть можливостей для узагальнення проявів виникнення такого ризику, що у підсумку сприятиме розробці низки уніфікованих заходів з попередження умов його виникнення та поширення.

Для досягнення поставленої мети аналізу інвестиційної діяльності банку з погляду визначення оцінки рівня ризикованості її проведення за доцільним є обрання, насамперед, відносних показників діяльності банку, що є наслідком означених вище етапів. Зокрема співставлення обсягів фінансових інвестицій, як одного з різновидів активів банку, до їх загального обсягу дозволяє обчислити та проаналізувати значення питомої ваги інвестиційних активів банку, а відтак й наявний рівень можливого виникнення інвестиційного ризику. Водночас з цим аналіз динаміки питомої ваги таких активів є основою для узагальнення характеру діяльності інвестиційної діяльності банку з погляду ризикованості її проведення щодо придбання фінансових інвестицій. Співвідношення же загальної сукупності фінансових інвестицій, як однієї зі складових його активів, до обсягів власного капіталу розкриває ступень покриття таких активів власним капіталом та розкриває можливості банку з нівелювання та протидії стосовно відповідного ризику власними зусиллями.

Окрім цього, наприклад: дохідність на одну гривню активів банку за окремими його операціями, які у даному випадку, насамперед, визначаються відповідно до отриманих значень результатів торгових операцій з цінними паперами в торговому портфелі банку та цінних паперів у портфелі банку на продаж до значень загальних обсягів активів банку, дозволяє проаналізувати ефективність здійснення відповідних операцій банку з цінними паперами щодо їх дохідності у загальній структурі активів банку;

дохідність від торгових операцій з цінними паперами в торговому портфелі банку та цінних паперів у портфелі банку на продаж, який загалом визначається як співвідношення отриманого у такому разі результату до обсягу вкладань у цінні папери, розкриває ризикованість проведення відповідного різновиду операцій з цінними паперами щодо загальної структури наявних цінних паперів у портфелі банку;

частка доходів банку від торгових операцій з цінними паперами в торговому портфелі банку та цінних паперів у портфелі банку на продаж, що визначається як співвідношення відповідного результату до загальних значень отриманого результату банку, підкреслює напрямок існуючого вплив з боку проведення операцій з цінними паперами щодо сталості значень отриманого результату банку за різними напрямками його діяльності, а відтак може розглядатися як узагальнений показник ризику проведення операцій з цінними паперами.

Таким чином, згідно відміченого вище, проведення аналізу з розкриття рівня ризикованості ведення інвестиційної діяльності банку включає:

- аналіз структури напрямів ведення інвестиційної діяльності банку;
- аналіз змінності окремих складових визначеної структури напрямів ведення інвестиційної діяльності банку;
- розкриття окремих компонент різних складових структури напрямів ведення інвестиційної діяльності банку;
- порівняльний аналіз фінансових показників ведення інвестиційної діяльності банку.

Література

1. Васюренко О.В. Інструментарій аналізу в системі кредитного ризик-менеджменту: монографія / О.В. Васюренко, В.Ю. Подчесова – К.: УБС НБУ, 2010. – 191 с.

2. Васюренко О. Ефективність кредитування фізичних та юридичних осіб банками України: методологія аналізу стохастичних границь / О. Васюренко, В. Ляшенко, В. Подчесова // Вісник Національного банку України. – 2014. – № 1. – С. 5–11.

3. Слюніна Т.Л. Розвиток вітчизняної мережі банківських установ: особливості та регіональні аспекти / Т.Л. Слюніна, Є.Б. Бережний, В.В. Ляшенко // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Економічна серія. – 2007. – № 755. – 84–88.

Шаутіна М.Ю.

*студентка факультету економічних наук
Чорноморський державний університет імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна*

ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ НАСЕЛЕННЯ ДО БАНКІВ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Ефективне функціонування банківської системи є важливою складовою економічно розвинутих країн, запорукою їх стабільності та зростання. В Україні банківська система формувалася під впливом значних структурних зрушень та економічних коливань, що спричинило виникнення багатьох криз та підвищення ризиків банківських вкладів. Внаслідок цього банківські установи втратили довіру населення. Особливо гостро ця проблема постала на сучасному етапі політичних та економічних трансформацій, коли населення, побоюючись за свої кошти та очікуючи ще більшого падіння курсу гривні, почало забирати свої депозити

з банків та купувати іноземну валюту, тим самим призвівши до панічного стану на фінансовому ринку та ще більшого падіння гривні.

Дану проблематику досліджує велика кількість вчених, економістів, соціологів, аналітиків, оскільки вона стосується як держави загалом, так і кожного громадянина зокрема. У вітчизняних науковців зустрічаємо фундаментальні напрацювання щодо функціонування національної банківської системи та окремих питань формування довіри населення до кредитних установ. При цьому варто відзначити доробок таких авторів: О. Барановського, О. Васюренко, С. Дзюбика, О. Дзюблюка, В. Лагутіна, О. Мельника, А. Мороза, М. Пуховкіна, І. Розпутенко, М. Савлука, І. Сало, Т. Смовженко, В. Томчука, С. Юрія та інших. У той же час, проблема довіри населення до банків набуває усе більшої актуальності та потребує нових підходів вирішення.

З урахуванням зазначеного, метою дослідження є визначення основних шляхів відновлення довіри населення України до національної банківської системи.

Довіра населення відіграє основоположну роль у забезпеченні сталого розвитку будь-якої економіки світу. Навіть такий відомий економіст як Джон Кейнс розглядав довіру як чинник, без якого неможливо забезпечити зростання реального виробництва в умовах кризи. Вітчизняні економісти та практики формування грошово-кредитної політики України у річному звіті Національного банку України за підсумками кризового 2008 року наголошували, що «на ситуацію істотно вплинула штучно спровокована недовіра у населення до фінансового стану окремих банків і банківської системи в цілому» [1, с. 75–76]. Дійсно, втратити довіру в системі економічних відносин дуже легко, а от повернути її набагато важче, а то й зовсім неможливо. На теренах України є дуже наглядний приклад такої ситуації: втрата заощаджень вкладників Ощадбанку колишнього СРСР досі має відлуння на діяльності АТ «Ощадбанк», а люди, які реально втратили свої грошові кошти все ще остерігаються банківських установ та передають свої побоювання нащадкам.

За відсутності довіри свої заощадження суб'єкти економіки зберігають у готівковій формі та спрямовують їх у тіньовий сектор економіки. За різними оцінками експертів у період з 2008 по 2014 роки заощадження населення «у матрацах» складали від 40 до 70 млрд доларів, зокрема у 2011 році голова Нацбанку Сергій Арбузов прокоментував, що цей показник перевищував 60 млрд доларів. Тіньовий сектор економіки у цей же період становив приблизно 45% ВВП. За таких умов значно зменшуються можливості банків щодо формування інвестиційних ресурсів, а тому суттєво скорочується економічне зростання України.

У 2010 році компанією Gfk Ukraine на замовлення проекту USAID «Розвиток ринків капіталу» було проведено соціологічне дослідження,

результати якого показали, що 53% населення вважають за краще зберігати свої заощадження вдома, на банківських картках і поточних рахунках у банках тримають свої кошти 12% опитаних (сюди входять і зарплатні проекти), і тільки 7% населення в якості способу збереження коштів вибирають банківський депозит. Це опитування свідчить про дуже низький рівень банківської культури в Україні та значну недовіру населення до банківських установ.

Зазначені тенденції продовжують наростати внаслідок значних кризових ситуацій у політичних та економічних секторах функціонування держави. Сьогодні банки мають проблему, пов'язану із масовим вилученням коштів приватними вкладниками, що значно погіршує їх ліквідність [4, с. 76]. Так, за останні 10 місяців 2014 року за даними НБУ населення забрало майже 48 млрд гривневих депозитів з банківської системи (18,9% від їх обсягу). Ганна Апостолова, начальник відділу рейтингів фінансової сфери IBI-Rating, прокоментувала, що найбільші показники відтоку коштів з депозитних рахунків спостерігалися в лютому-березні 2014 року, що цілком обгрунтовано. Саме на цей період припав пік внутрішньополітичного конфлікту і початок зовнішньої агресії з боку РФ, зокрема, окупація Кримського півострова. Експерти зазначають, що українським фінансовим ринком керують паніка і «стадне почуття».

Стрімке зниження довіри до банків пояснюється впливом цілої низки чинників:

- погіршенням матеріального стану більшості населення та загальний низький рівень життя (понад 82% українського населення не має можливості робити заощадження [2, с. 14]);
- невірою, що найближчим часом поліпшиться економічна ситуація в країні;
- негативною оцінкою сприятливості поточних умов для депозитних вкладів;
- низькою готовністю населення зберігати свої гроші на депозитах;
- недостатнім поширення кредитними установами відкритої, прозорої та достовірної фінансової звітності;
- значна кількість ліквідованих банків.

Вирішення цих проблем повинно ґрунтуватися на зміцненні репутації українських банків як надійних кредитно-ощадних компаній та відновленні довіри до них.

Загалом на формування довіри населення до банківської системи впливає дуже багато як макроекономічних так і мікроекономічних чинників. До найважливіших макроекономічних чинників належать:

- курсова стабільність та низька інфляція;
- політична і соціальна стабільність;
- ефективний банківський нагляд;

- доступність та правдивість інформації про економічну ситуацію в державі;
- державні гарантії вкладникам банків;
- надійний правовий режим.

Повноцінне забезпечення вищезазначених чинників на даному етапі розвитку економіки зазнає значних перешкод внаслідок військового конфлікту та трансформаційних процесів в економічній системі. Проте вирішення цих проблем має пріоритетне значення не тільки для розвитку банківської системи і формування довіри населення до неї, але й для забезпечення економічного зростання і добробуту населення загалом.

Для кожної окремої банківської установи на макрорівні є доступним вирішення таких проблем, як підвищення рейтингу банківської установи, забезпечення інформаційної прозорості та доступності банківських послуг, публікація достовірних даних щодо фінансових результатів діяльності. Саме така відкритість та інформування населення можуть підвищити рівень банківської культури та забезпечити довіру економічних суб'єктів.

В умовах жорсткої конкуренції особливого значення набуває оцінка позиції банку на ринку банківських послуг в свідомості поточних і потенційних клієнтів. Популярність і привабливість банку є важливими чинниками, що визначають мотивацію користування його послугами. Точна оцінка сприйняття банку потенційними і реальними клієнтами стає сьогодні основою формування маркетингової і рекламної стратегії банку.

Отже, важливим компонентом багатьох економічних криз в Україні є криза довіри. Цей елемент втрачений у більшості бізнес-відносин: банки не довіряють клієнтам, а вкладники — банкам, суб'єкти господарювання втратили довіру до своїх контрагентів. Створення довіри — нелегке завдання, але можливе при створенні надійного і об'єктивного інформаційного забезпечення. Завдання відновлення довіри є першочерговим для кожного економічного суб'єкта для забезпечення стабілізації економіки та створення передумов для економічного зростання.

Література

1. Іоненко К. Довіра до кредитно-фінансових інституцій як фактор формування індивідуальних інвестиційних стратегій населення / К. Іоненко // Вісник УБС НБУ. — 2010. — № 3 (9). — С. 74–78.
2. Кириченко І. Українское подобие капитализма: жизнь в эконом-варианте / И. Кириченко // Зеркало недели — 2010. — № 7 (807). — С. 14.
3. Національний банк України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/>
4. Щибиволок З.І. Аналіз банківської діяльності: Навч. посібник / З.І. Щибиволок // Навчальне видання. — К.: Знання. — 2008. — 311 с.

Секція 3: БУХГАЛТЕРСЬКИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК І АУДИТ

Грицишен Д.О.
*к. е.н., доц., доцент кафедри обліку і аудиту
Житомирський державний технологічний університет
м. Житомир, Україна*

СИСТЕМА ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Операції поводження з відходами є комплексним об'єктом бухгалтерського обліку. Тому, зважаючи на багатоваріативність операцій поводження з відходами, виникає необхідність моделювання їх облікового відображення, з метою врахування економічних та екологічних особливостей утворених відходів та технологічної специфіки даних операцій. Технологічна специфіка поводження з відходами, в свою чергу, залежить від їх властивостей, адже основними видами утворення відходів на промислових підприємствах, зокрема, машинобудівної галузі є:

- тверді відходи: «Тверді відходи містять амортизаційний брут, що утворюється при модернізації обладнання, інструменту; відходи від виробництва прокату (обдирна стружка, обрізки, окалини); відходи виробництва литва (літники, шлаки, сміття та ін.); відходи механічної обробки (обрізки, стружка, тирса); відходи систем очищення повітря (шлаки, золи, шлами, опади та пилу). Тверді відходи складають 260 кг на 1 т металу, іноді ці відходи становлять 50% маси оброблюваних заготовок. Безповоротні втрати на 1т споживаних чорних металів складають: 5,4 кг — при обдирання, шліфування, розпилювання та інших видах обробки; 2,1 кг — при куванні, гарячому штампуванні і термічній обробці (втрати від окалини), 14 кг — при травленні металу; 15,2 кг — за рахунок неповного збору відходів. Остаточними відходами вважаються такі, переробка яких нерентабельна через незначний вміст в них металів. Ці відходи переводяться у відвальні шлаки. Шлами з відстійників очисних споруд і прокатних цехів містять велику кількість твердих матеріалів, концентрація яких складає від 20 до 300 г/л. Після знешкодження та сушіння шлами використовують як добавки до агломераційної шихти або видаляють у відвали. Шлами термічних, ливарних та інших цехів містять токсичні сполуки свинцю, хрому, міді, цинку, а також ціаніди» [1];

- рідинні відходи в стічних водах: «Однією із причин забруднення навколишнього середовища підприємствами машинобудування є неочищені стічні води, що скидаються у водоймища й порушують біорівновагу. У складі стічних вод машинобудівних заводів переважають: кремнезем, оксиди заліза, алюмінію, кальцію, магнію (виробництво литва); мастила й окалина (прокатне виробництво); кальцинована сода, фосфат натрію, триетаноламін, металевий та абразивний пи́л, мінеральні мастила (механічне виробництво); ціаніди, сірчана та азотна кислоти, мідь, нікель, олово, хром, цинк (гальванічне і лакофарбове виробництво)» [2].

В той же час, операції поводження з відходами промислових підприємств передбачають наступні складові, які можна ідентифікувати як окремі бізнес-процеси: зберігання відходів, транспортування відходів, переробка відходів, утилізація відходів, захоронення відходів. Кожен із зазначених бізнес – процесів поводження з відходами включає сукупність господарських операцій, які відображаються в бухгалтерському обліку А зважаючи на багатоваріативність таких операцій, що обумовлено їх технологічними особливостями, виникає необхідність їх моделювання, з урахуванням всіх можливих рішень, що в сукупності дозволить сформувати дієвий інформаційний простір.

Таким чином, організаційно-методологічні положення бухгалтерського обліку операцій поводження з відходами повинні враховувати всі властивості відходів та технологічну специфіку поводження з ними. Для цього необхідно визначити всі можливі напрями поводження з відходами та їх варіативність (рис. 1).

Представлена система поводження з відходами на промислових підприємствах передбачає різні підходи до визначення відходів в складі об'єктів бухгалтерського обліку, а також сукупності операцій, що призводять до виникнення витрат, які, в свою чергу, визначають економічну результативність. Екологічна результативність визначається двома шляхами: залучення в повторний оборот більшої кількості відходів та впровадження нових виробничих технологій для зменшення обсягів їх утворення.

Моделювання бухгалтерського обліку операцій поводження з відходами пропонуємо здійснювати за двома напрямами: по-перше, поводження зі зворотними відходами, що включає напрями їх повторного залучення у виробничий процес, при необхідності переробку, для приведення їх в стан придатний для повторного використання та зберігання як виробничих запасів промислового підприємства, а також реалізацію іншим суб'єктам господарювання; по-друге, поводження із беззворотними відходами, шляхом їх утилізації та захоронення як власними силами так і з використанням послуг підприємств-переробників / утилізаторів.

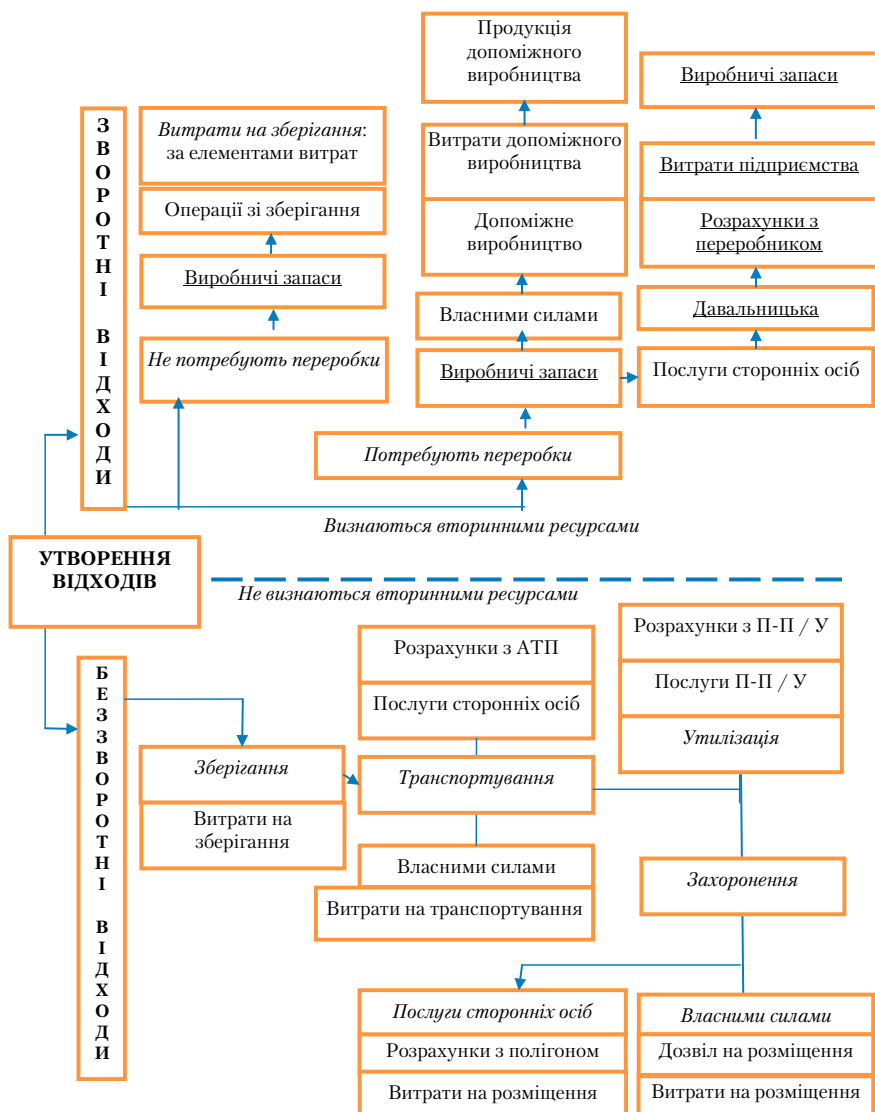


Рис. 1. Система поводження з відходами на промисловому підприємстві

Щодо першого напрямку — поводження із зворотними відходами, то в даному випадку необхідно врахувати всі можливі шляхи їх подальшого використання на промисловому підприємстві. Так, в результаті господарської діяльності промислового підприємства можуть виникати відходи, які в подальшому можуть бути використані як виробничі запаси для інших бізнес-процесів. Прикладом можуть бути залишки лому металів, які можуть бути одразу ж повторно використані у відповідному виробничому переділі як сировина і матеріали. Вартість використаних таких відходів буде включена до вартості готової продукції. Крім того, такі відходи можуть бути використані не лише в основному виробництві, але і слугувати сировиною для допоміжного виробництва.

Отже, вирішення економіко-екологічних проблем в частині відходів на промислових підприємствах, в першу чергу, слід починати з зі створення системи поводження з відходами. Створення ефективної системи поводження з відходами, в першу чергу, дозволить забезпечити належний рівень економіко-екологічної безпеки промислового підприємства, а також матиме, позитивний результат з точки зору екології та економіки, адже направлена на зменшення негативного впливу відходів на навколишнє середовище та отримання економічного ефекту від їх повторного використання.

Література

1. Основи екології та природокористування. Навчальний посібник / Дикань В.Л., Дейнека О.Г., Позднякова Л.О., Михайлов І.Д., Каграманян А.А. — Харків: ТОВ «Олант», 2002. — 384 с.
2. Екологія машинобудування: Основи загальної екології та її аналіз // Екологія і металургія — [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://childflora.org.ua/?page_id=27

Середенко Ю. О.

студентка

Криворізький економічний інститут

ДВНЗ «Криворізький національний університет»

м. Кривий Ріг, Україна

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ АУДИТУ В УКРАЇНІ

Автоматизація аудиту в Україні набуває важливого значення в умовах розвитку сучасних інформаційних технологій, адже використання вдало підібраного програмного забезпечення дозволяє значно скоротити

час на проведення аудиту, а також підвищити якість аудиторської перевірки.

На світовому ринку представлені програмні засоби різних типів, що використовуються у роботі аудиторів, які можна поділити на дві великі групи: пакети прикладних програм загального і проблемно — орієнтованого призначення, а також програми автоматизації управління аудитом.

На сьогодні аудиторські фірми розробили і використовують спеціальні інформаційні системи, орієнтовані на внутрішню регламентацію аудиторської діяльності із застосуванням внутрішньофірмових стандартів. Прикладами таких програм є системи провідних аудиторських фірм, таких як KPMG, яка використовує програму Vector 6, Pricewaterhouse Coopers із системою My Client та Deloitte & Touche, спеціальною інформаційною системою якої є Audit System/2, що поєднує можливості текстового і табличного редакторів і програми для складання оборотно-сальдової відомості. Вона призначена для полегшення комплексної підготовки робочої документації і звітності та проведення їх консолідації [2].

Недостатня автоматизація аудиторської діяльності в Україні значно знижує конкурентоспроможність вітчизняних аудиторських фірм порівняно із зарубіжними транснаціональними компаніями, і стримує подальший розвиток вітчизняного аудиту.

Серед спеціалізованого аудиторського програмного забезпечення можна назвати лише п'ять програмних продуктів, а саме: програмний продукт «Асистент Аудитора» (розробник фірма «Сервіс-аудит»), програмний продукт «Помічник аудитора» (фірма «Гольдберг-аудит»), програмний продукт Abacus Professional, програмний комплекс «ЕкспрессАудит: ПРОФ» та програмний продукт «IT Audit: Аудитор» (КСБ «Мастер-Софт») [1]. Поширеним в аудиторській практиці є також використання адаптованих до вимог вітчизняних аудиторських компаній версії таких російських програмних комплексів, як: «AuditXP», «Комплекс Аудит».

На сьогоднішній день на ринку аудиторського програмного забезпечення України відсутні вітчизняні розробки, що здатні автоматизувати процес аудиту.

Необхідність у розробці програмного забезпечення аудиторської діяльності зумовлюється сучасними вимогами середовища контролю та підтверджується спробами окремих аудиторських фірм розробити спеціалізовані інформаційні системи, орієнтовані на внутрішню регламентацію аудиторської діяльності із застосуванням внутрішньофірмових стандартів.

Процес створення спеціалізованого програмного забезпечення для аудиторів ускладнюється специфікою аудиторської діяльності, до якої належить значний спектр підприємств, з якими мусять працювати

аудитори. При цьому всі підприємства відрізняються між собою за сферою діяльності, специфікою, характером та обсягами діяльності. Однак набагато важливіше є те, що всі підприємства, які перевіряються, відрізняються за формою ведення бухгалтерського обліку, характером технологій, застосовуваних для обробки інформації (ручна, частково автоматизована, автоматизована), типом програмного забезпечення, за допомогою якого автоматизуються процеси збору, реєстрації, обробки та зберігання інформації. Широкий спектр різноманітного програмного забезпечення, за допомогою якого автоматизуються інформаційні та управлінські процеси на підприємстві, що перевіряється, ускладнює створення спеціалізованого програмного забезпечення, призначеного для комплексної автоматизації аудиторських перевірок.

Таким чином, на сьогоднішній день в Україні існують такі проблеми на шляху впровадження використання комп'ютерних інформаційних технологій в аудиті як:

- відсутність на ринку інформаційних технологій України вітчизняних програмних продуктів для аудиторської діяльності;
- різна галузева спеціалізація клієнтів аудиторських фірм, що в умовах постійних змін в законодавстві не дозволяє зробити деталізоване налаштування спеціалізованих систем на «всі випадки життя»;
- застосування підприємствами, що підлягають аудиту, різноманітного програмного забезпечення;
- ризики, пов'язані з використанням комп'ютерних систем обробки даних, можуть бути значними, при цьому ймовірність неправильної обробки даних чи втрати частини інформації стає реальною загрозою правильності аудиторського висновку;
- специфіка аудиторської діяльності обумовлює неможливість повної формалізації процесу аудиту та формування професійного висновку. Аудит фінансової звітності згідно з міжнародними стандартами аудиту багато в чому має за основу так зване «професійне судження» аудитора, яке ґрунтується на його досвіді та інтуїції. Бездумна комп'ютеризація аудиту при цьому може призвести до такої його автоматизації, яка потягне за собою ряд помилок при проведенні аудиту [3].

Проблема автоматизації аудиту в Україні потребує невідкладного вирішення, оскільки розробка програмного забезпечення з аудиту сприятиме зменшенню завантаженості аудитора по документообігу, а також дасть змогу розробити сучасну клієнтську базу, яка у разі необхідності зможе видавати інформацію того чи іншого клієнта [6].

Зважаючи на вище наведені проблемні питання, на сьогодні існують такі напрямки впровадження автоматизації аудиторської діяльності в Україні:

- дослідження можливих аудиторських ризиків, пов'язаних з використанням програмного забезпечення для того, щоб зменшити їх вплив на кінцевий результат аудиту;
- підвищення поінформованості серед аудиторів щодо автоматизованих систем аудиту, які дозволять підвищувати якість їх роботи та зменшити час на виконання аудиторської перевірки;
- дослідження потреб замовників аудиту з метою удосконалення можливостей програмних продуктів при їх розробці або ж налагодження зарубіжних програмних аналогів [5].

Автоматизація аудиторської діяльності повинна передбачати розробку та впровадження в аудиторську практику таких програмних продуктів, які б забезпечували автоматизацію виконання завдань з надання впевненості щодо різних предметів перевірки та супутніх послуг згідно МСА та включали в себе можливості експертних систем [4].

Отже, використання сучасних інформаційних систем в процесі аудиторської діяльності дозволить якісно спланувати роботу, враховуючи специфіку діяльності підприємства, що перевіряється, дасть можливість підвищити оперативність контролю та якість проведення аудиторської перевірки загалом.

Література

1. Гаденко А.Д. Проблеми автоматизації аудиту [Електронний ресурс] / А.Д. Гаденко. — Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/68196.doc.htm
2. Івахненко С.В. Автоматизація аудиту в Україні та світі: підходи і програмне забезпечення / С.В. Івахненко. // Аудитор України. — 2010. — № 3. — С. 21.
3. Івахненко С.В. Комп'ютерний аудит: контрольні методики і технології / С.В. Івахненко. — К: Знання, 2010. — 286 с.
4. Подольський В.І. Комп'ютерні інформаційні системи в аудиті / Подольський В.І. — К.: Кондор, 2008. — 159 с.
5. Пономарьова Н.А. Проблеми автоматизації аудиторської діяльності в Україні [Електронний ресурс] / Н.А. Пономарьова, Ю.В. Якимець. — 2014. — Режим доступу до ресурсу: <http://nauka.kushnir.mk.ua>
6. Столярчук О.В. Актуальні проблеми аудиторської діяльності в Україні та шляхи їх вирішення / О.В. Столярчук. // Студентський вісник Національного університету водного господарства та природокористування. — 2014. — № 1. — С. 256–258

Ласкіна Ю. О.

*студентка обліково-економічного факультету
Криворізький економічний інститут
м. Кривий Ріг, Україна*

Нирненко К. О.

*студентка обліково-економічного факультету
Криворізький економічний інститут
м. Кривий Ріг, Україна*

Науковий керівник:

Коновалова О. В.

*к. е. н., доцент
Криворізький економічний інститут
м. Кривий Ріг, Україна*

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Перехід України на ринкові засади господарювання привів до суттєвих змін у плануванні, обліку та контролю виробничо-господарської діяльності підприємств різних галузей економіки та форм власності. Тому виникає потреба в контролі, який має назву аудит.

Аудит — перевірка даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб'єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів [1].

Професор Ф.Ф. Бутинець зазначає, що основною метою аудиту є «визначення достовірності бухгалтерського обліку та фінансової звітності, їх повноти та відповідності чинному законодавству і встановленим нормативам» [2]. Однак, розуміння сутності аудиту в світовій практиці дещо інше. Аудит забезпечує не тільки перевірку вірогідності фінансових показників, а й розробку пропозицій щодо оптимізації господарської діяльності з метою раціоналізації витрат і збільшення прибутку, що є також не менш важливим.

В сучасному суспільстві виникає об'єктивна необхідність в незалежному професійному контролі за діяльністю підприємств та її результатами. Проте, незважаючи на це, реальної потреби в послугах аудитора як захисника інтересів існуючого чи потенційного інвестора сьогодні, на жаль не існує. Незважаючи на вимоги законодавства щодо обов'язкового аудиту річної фінансової звітності, інвестори та інші користувачі

звітності не відносяться з необхідною довірою до висновку аудитора про достовірність показників фінансової звітності. Проблеми, які склалися в Україні та мають місце у професійній діяльності в Україні потребують вирішення для успішного розвитку аудиту.

Перша проблема — це довіра. До того як клієнт вирішить надати інформацію аудитору, необхідно впевнитись, що у аудитора вистачить професіоналізму і можливостей зберегти її в конфіденційності. Адже аудитор повинні дотримуватися Кодексу Етики [3].

Другою проблемою є якість аудиторських послуг. Це питання піднімається все частіше, адже не тільки користувачі послуг і державні органи зацікавлені в стабільному розвитку ринку аудиторських послуг та підвищенні престижу аудиторської професії, а й самі аудиторі.

Критерієм якості при проведенні аудиту вважається виконання аудиторами вимог міжнародних стандартів аудиту. Їх суворе дотримання пов'язане зі збільшенням трудовитрат аудиторів, збором додаткової інформації, документуванням процесу перевірки, розрахунками. Та все ж такі витрати рідко відшкодовуються замовником.

Однією з проблем здійснення аудиту в Україні є також неврегульовані питання фінансування робіт зі створення адекватної системи аудиту в Україні та страхування аудиторської діяльності.

Поряд із вже зазначеними, існує серйозна проблема формування ціни на аудиторські послуги, а саме методики її визначення. Єдиної системи розрахунку вартості послуг аудиторської фірми в Україні не існує, тому аудиторі часто використовують власну систему формування ціни. Частіше за все, така система заснована на визначенні кількості відпрацьованих людино-годин або обсягу виконаних робіт.

Найважливішою проблемою при проведенні оцінки послуг аудитора є можливість завищення або заниження їх вартості, а це, зазвичай, насторожує замовника, особливо, при його першому зверненні до аудиторської фірми.

Проблеми розвитку аудиту, як науки висвітлюється багатьма вченими, зокрема Ф.Ф. Бутинцем, В.В. Сопко, М.В. Кужельним, Г.М. Давидовим та ін. [2].

Багато з них зазначають, що аудит як наука, вже себе затвердив і за цією наукою майбутнє, але існує ряд проблем, таких як підвищення рівня професійної компетентності аудиторів, організація контролю якості аудиторських робіт та послуг, розвиток правового поля аудиту в підприємстві, забезпечення реальної професійної незалежності аудитора та ін.

Взагалі, аудит розвивається в Україні та вже має певні позитивні тенденції та результати, і, дійсно, можна стверджувати, що роботи в країні вистачить на всіх аудиторів, тому що з кожним днем виникає все більша

потреба в їх неупередженому судженні. Але завжди необхідно підвищувати якість аудиторських послуг та прагнути досягти кращих результатів.

Не зважаючи на те, що для розвитку аудиту вже багато зроблено, ще залишаються проблеми, від правильного, успішного вирішення яких залежать перспективи його подальшого розвитку.

Література

1. Закон України «Про аудиторську діяльність» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3125-12>.
2. Бутинець Ф.Ф. Аудит / Ф.Ф. Бутинець. — Житомир: ПП «Рута», 2010.
3. Усач Б.Ф. Проблеми розвитку аудиту в Україні / Б.Ф. Усач. — К.: Знання-Прес., 2007.

Сукач В.М.

студентка обліково-фінансового факультету

Українська академія банківської справи

Національного банку України

м. Суми, Україна

Науковий керівник:

Шипунова О.В.

к. е.н., доц.

ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

На сучасному етапі важливим видом підприємницької діяльності є роздрібна торгівля, яка має провідну роль у розвитку споживчого ринку, в обслуговуванні населення шляхом реалізації товарів і задоволенні постійно зростаючих потреб споживачів в різноманітних товарах та послугах. Незважаючи на значний розвиток даної сфери, а саме використання нових торговельних форматів та технологій продаж, невирішеним залишається питання методики, організації та здійснення контролю торговельних операцій. Саме тому набуває актуальності питання дієвого внутрішнього аудиту в сфері торгівлі.

Деякі аспекти теорії та організації системи внутрішнього аудиту торговельних підприємств висвітлюють у своїх працях такі вітчизняні вчені як В.О. Шевчук, Г.М. Верига, Б.М. Занько, М.Д. Корінько, Л.О. Лігоненко, В.С. Рудницький, Я.В. Соколов, М.Т. Білуха. Аналізуючи роботи вчених, варто зазначити, що наявна методологічна база внутрішнього аудиту

підприємств роздрібної торгівлі не задовольняє повною мірою управлінські потреби керівництва та має ряд проблемних аспектів.

Так, при побудові системи внутрішнього аудиту має обов'язково враховуватись специфіка роботи торговельного підприємства, а особлива увага зосереджуватись на технологічних процесах господарської діяльності підприємства. Крім того ще одним проблемним аспектом є відсутність системного підходу при впорядкуванні інформації, що забезпечує здійснення аудиту, а це в свою чергу негативно позначається на процесі проведення перевірок [4, с. 132–140].

Метою аудиторської перевірки торговельних підприємств є встановлення об'єктивної думки щодо повноти та достовірності інформації відображеної в облікових регістрах та фінансовій звітності. А також підтвердження товарних операцій відповідними первинними документами [2, с. 121].

Виходячи з мети, пропонуємо розглянути сукупність послідовних дій аудитора при перевірці товарних операцій, розроблені на основі специфіки діяльності підприємств торгівлі.

Першим етапом є документальна перевірка руху товарних запасів, а також фактична перевірка їх наявності та збереження. Крім того доцільним буде вивчення положень облікової політики підприємства.

Наступним кроком стане аудит операцій з надходження товарних запасів, що передбачає послідовне дослідження документального оформлення вказаних операцій та здійснених розрахунків з постачальниками.

Далі слід перейти до аудиту операцій з реалізації товарів та іншого вибуття товарів і тари. Головними аспектами перевірки на даному етапі є вивчення проведених операцій з точки зору відповідності документальних даних фактичним.. Також доцільним буде дослідити порядок списання товарних цінностей. Ще одним напрямом аудиту товарних операцій є перевірка аналітичного обліку товарних запасів.

Завершальним етапом перевірки буде аналіз валових доходів і витрат продажу, що підсумує попередньо досліджені операції, що взаємозв'язані між собою і в результаті впливають на фінансовий результат діяльності торговельного підприємства [5, с. 270].

Досить важливим аспектом здійснення внутрішнього аудиту є його належне інформаційне забезпечення. Пропонуємо розглянути наступну класифікацію інформаційного забезпечення аудиту товарних операцій (рис. 1) [1, с. 5; 3, с. 115–120].

При здійсненні аудиту товарів доцільно застосовувати такі прийоми і способи перевірки, як інвентаризація, контрольне порівняння, зіставлення документальних даних, зустрічна перевірка, арифметична перевірка тощо.

Секція 3: Бухгалтерський, управлінський облік і аудит

Отже, внутрішній аудит товарних операцій є актуальним сьогодні та перспективним у майбутньому, оскільки дозволяє ефективно вирішувати ряд важливих проблем системи управління, використовуючи відповідне інформаційне забезпечення та надаючи релевантну інформацію керівництву підприємства для прийняття управлінських рішень вищої якості. Внутрішній аудит товарних операцій повинен бути націлений на лише на контроль та збереження, але й на примноження власності та ефективний розвиток підприємств роздрібної торгівлі.

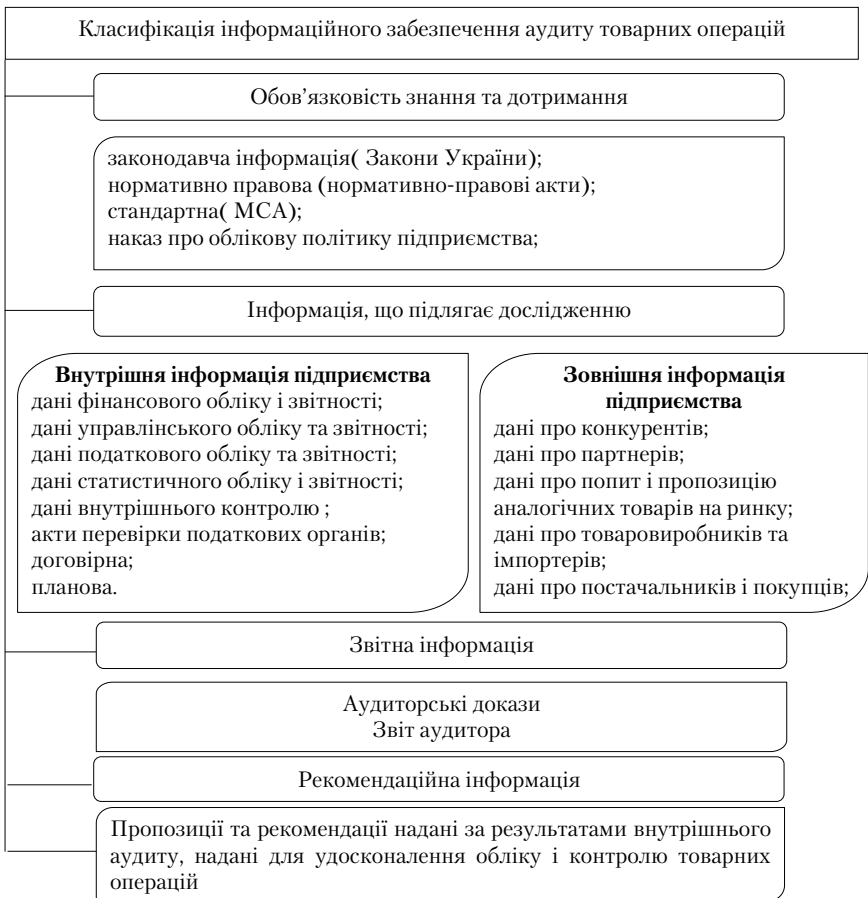


Рис. 1. Класифікація інформаційного забезпечення товарних операцій.

Література

1. Бровко, О.Т. Організаційні аспекти та інформаційне забезпечення внутрішнього аудиту товарних запасів [Електронний ресурс] / О.Т. Бровко Режим-доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_3_1/11.pdf.
2. Давидов, Г.М. Аудит [Текст]: підручник / Г.М. Давидов. — К.: Знання, 2004. — 511 с. — ISBN966-8148-15-0.
3. Макарова, Л.Г. Аудит товарных операций [Текст]: практическое пособие / Л.Г. Макарова, Л.П. Широкова, В.В. Жаринов — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 208 с. — ISBN5-85971-019-4.
4. Пантелеев, В.П. Внутрішній аудит [Текст]: навч. посібник / В.П. Пантелеев, М.Д. Корінько. — ДАСОА — К., 2006. — 247 с. — ISBN978-966-306-020-4.
5. Савченко, В.Я. Аудит [Текст]: Навч. посіб. / В.Я. Савченко. — К.: КНЕУ, 2002. — 322 с. — ISBN966-574-423-2.

Секция 4: **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ**

Захарченко Е. С.

канд. экон. наук,

доцент кафедры прикладной экономики и управления инновациями,

СГТУ имени Гагарина Ю.А.

г. Саратов, РФ

ИННОВАЦИОННЫЕ КЛАСТЕРЫ КАК ИНСТИТУТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НА МЕЗОУРОВНЕ

Мировая практика предлагает широкий спектр экономических инструментов научно-технической, инновационной и промышленной политики, с помощью которых можно управлять инновационными процессами в экономических системах. В настоящее время особый научный и практический интерес стало представлять изучение инновационных механизмов на мезоуровне. Данный уровень является наиболее перспективным, так как страна в целом, так и отдельный регион не может быть конкурентоспособен во всех секторах экономической деятельности, а только в тех сферах и отраслях, где есть конкурентные преимущества или потенциал для их создания, формирования и совершенствования.

Для использования преимуществ и развития потенциала мировой практикой выработан специфический институт развития — кластеры, как организационная форма пространственной интеграции производства, науки и иных видов деятельности. Быстро распространяющееся число кластерных инициатив как развитых, так и в развивающихся странах отражает их эффективность и жизнеспособность в мировых хозяйственных системах.

Кластеры и целенаправленная политика формирования их сети могут служить важным средством как гармонизации пространственной эволюции экономики, так и перевода народного хозяйства на инновационный путь развития. При этом важно принять во внимание следующие характерные признаки кластера: наращивание сильных конкурентных позиций на общероссийском и международных рынках (рост потенциала поставок продукции и услуг участников кластера за пределы территории его базирования); конкурентных преимуществах самого кластерного подхода (выгодное географическое положение и доступ к природным ресурсам, наличие кадровой базы, предприятий-поставщиков, сетей организаций науки и НИОКр); высокой компактности расположения предприятий и организаций кластера, облегчающей их взаимодействие; набор участников кластера и эффективности их взаимодействия, в том числе использование

механизмов субконтрактации, партнерства предприятий с координацией деятельности по коллективному продвижению товаров и услуг на рынках.

Несомненным преимуществом для усиления инновационной компоненты в кластерах является особенность их функционирования: уход от жесткого управления, присущего холдингам и другим подобным структурам, и переход к гибким сетевым структурам, способным повысить активность агентов-инноваторов (авторов инновационных идей), адаптивность и восприимчивость агентов-имитаторов реализующих инновационные идеи) и реактивность агентов-фасилитаторов (обеспечивающих финансовыми и другими ресурсами этот процесс). Такая гибкая сетевая структура кластера обеспечивает эффективную трансформацию изобретение в инновации, а инноваций в конкурентные преимущества.

Инновационный кластер формирует определенную систему распространения новых знаний и технологий, обеспечивает ускорение процесса трансформации изобретений в инновации, а инноваций в конкурентные преимущества, развитие качественных устойчивых связей между всеми его участниками. Фирмы, входящие в состав инновационного кластера, могут специализироваться в различных областях знания, работать в самых разнообразных отраслях, они могут обмениваться различными ресурсами: рабочей силой, в том числе высококвалифицированной; доступом к информации, идеям, знаниям, разработкам и т.п.

Принципиальное отличие инновационного кластера от промышленного состоит в том, что последний, как правило, создается для наращивания масштабов производства, и сбыта технологически однородной продукции, а в рамках инновационного кластера технологическое обновление производимой продукции идет постоянно. Синергия (как непрерывный процесс появления новых технологий, вспомогательных, производных или улучшающих те, что уже нашли применение в производственной практике частных компаний) является важным признаком эффективного существования инновационного кластера. Синергетический эффект выражается в постоянной диверсификации производственного процесса, появлении все новых товаров, освоении все новых рынков, в получении доходов из все более разнообразных источников. Безусловно, все это ведет к значительному повышению устойчивости экономических систем мезоуровня.

Наибольшие возможности возникновения кластеров — там, где научные знания позволяют построить кластеры по диверсифицированному, а не специализированному типу. При действии трех эффектов (масштаба, охвата и синергии) неприбыльные предприятия кластера могут преодолеть нижнюю границу рентабельности с помощью специализации, обеспечивающей повышение производительности труда и снижение себестоимости производимых благ. Таким образом, предприятия кластера получают дополнительные конкурентные преимущества. Возникает так называемый триггерный эффект, когда для осуществления первичной инновации

необходимо произвести множество дорогостоящих вторичных изменений, в результате чего прибыль от базисной инновации может оказаться даже меньше издержек требуемой реорганизации. У отдельной фирмы-инноватора опасность возникновения такого эффекта достаточно велика. В кластере фирмы могут минимизировать затраты на подобные вторичные изменения, что позволяет им внедрять самые разнообразные инновации [1].

Системное понимание инновационных кластеров подчеркивает, что эффективность деятельности каждого отдельного агента зависит от наличия других агентов. Вследствие данной взаимозависимости, отсутствие одного агента понижает эффективность других и, в конечном, счете, эффективность, и надежность всей системы. Если отсутствует, хотя бы один агент, то результаты инновационной деятельности сформированной сети (инновационной) и всей системы будут менее эффективны [2].

Заметим, что, многоаспектность кластерного развития основана на нескольких теоретических подходах [3]. Первая группа подходов включает теории, в которых кластер рассматривается как одна из эффективных территориальных форм повышения конкурентных преимуществ производителей (в частности, теорию конкурентных преимуществ М. Портера, концепцию региональных кластеров М. Энрайта, теорию промышленных районов А. Маршала и итальянских промышленных округов П. Бекатини, концепцию сочетания цепочки добавленной стоимости и кластеров, концепцию региона обучения) [4]. Первыми предшественниками кластеров в России явились территориально-промышленные комплексы (ТПК), базирующиеся на соответствующей теории ТПК, разработанной советскими учеными, с широким применением методов системного анализа и экономико-математического моделирования.

Второй базовой составляющей теории кластеров является группа институциональных теорий, поскольку сам кластер можно рассматривать как современный институт, сочетающий систему формализованных и неформализованных отношений его участников между собой и с внешним окружением. Синергический эффект, возникающий в результате взаимодействия предприятий в рамках кластера, объясняется во многом экономией на трансакционных издержках при получении информации, спецификации прав собственности, снижении издержек обмена и др. (теория трансакционных издержек Р. Коуза) [5].

Третья — развитие кластера во времени с точки зрения эволюционной теории можно рассматривать как популяцию определенного вида экономических объектов, имеющую определенный ареал распространения на территории. Инновационные свойства кластера, наличие мобильных малых предприятий позволяют кластеру адаптироваться к изменениям во внешней среде, выживать, быть конкурентоспособным.

Четвертая — теория развития кластеров базируется на современной парадигме регионального развития, которая включает концепции

«регион — квазикорпорация», «регион — квазирынок», «регион — квазигосударство», «регион — квазисоциум» [6]. одновременно с этим формируется постиндустриальная парадигма регионального развития, нацеленная на усиление интересов региона, его самостоятельности на национальной и мировой арене. С этих позиций деятельность региональных органов власти должна быть направлена на создание сетевых форм организации бизнеса (прежде всего кластеров), поскольку только они в современных условиях способны обеспечить территории долгосрочную конкурентоспособность и устойчивое развитие.

Таким образом, показана институциональная природа кластеров, что позволяет в полной мере отнести кластеры к институтам инновационного развития мезо-уровня.

Исследования многих ученых показывают, что особенность современной экономики — это формирование сильных инновационных кластеров. Во многих странах мира сегодня применяется кластерный подход к пониманию микро- и мезоэкономических процессов. Главными приоритетами современной экономической политики выступает построение национальной инновационной системы с учетом кластерной природы конкурентоспособных производств. При этом кластерный подход принципиальным образом изменяет содержание государственной промышленно-инновационной политики: усилия национальных правительств направляются не на поддержку отдельных предприятий и отраслей экономики, а на развитие взаимоотношений между поставщиками и потребителями, конечными потребителями и производителями, производителями и государственными институтами.

Литература

1. Сергеев А.М. Институциональный анализ инновационных кластеров // Вестник УГТУ. № 1. 2008. С. 16.
2. Шинкевич М.В. Подходы к оценке экономической эффективности инновационных кластеров в промышленности // Вестник Казанского технологического университета. 2005. № 1. С. 85.
3. Худалов М.О. Инновационная составляющая в реализации стратегии развития угледобывающих предприятий Кемеровской области // Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. — № 3, 2012.
4. Becattini G. From Marshalls to the Italian «Industrial Districts»/ www.copetitivness.org. Enright M.J. Why Clusters are the Way to Win the Game? // World Link, No 5, July/August, 1992. Маршалл А. Principles of Economics. Variorum edition overseen be C. Guillebaud. L.: McMillan Press, 1961.
5. Coase Ronald. The Nature of the Firm // *Economica*, Vol. 4, No. 16, November 1937.
6. Худалов М.О. Инновационная составляющая в реализации стратегии развития угледобывающих предприятий Кемеровской области // Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. — № 3, 2012.

Секція 5: ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА

Бортнік В.В.

*студент інституту економіки та менеджменту
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна*

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Економічна безпека є універсальною категорією, яка відбиває економічну захищеність суб'єктів соціально-економічних відносин на всіх рівнях, починаючи з держави й закінчуючи кожним її громадянином [4, с. 98].

Історично проблема економічної безпеки як окремої особистості, так і всієї держави виникає одночасно з формуванням державності, становленням економічних інтересів і в історії будь-якої країни можна знайти періоди, коли ця проблема загострюється і виходить на перший план. Особливої актуальності питання економічної безпеки особистості набуває для тих країн, економіка яких переживає трансформаційну кризу.

Під економічною безпекою особистості розуміють такий стан життєдіяльності людини, за якого забезпечуються правовий та економічний захист її життєвих інтересів, дотримання конституційних прав та обов'язків. Економічна безпека особистості багато в чому визначається станом національної економіки.

Сьогодні проблема забезпечення безпечного існування людини не тільки зберегла свою гостроту, а й значно актуалізувалася у зв'язку з новими викликами, небезпеками й загрозами, що набувають глобального характеру. Поряд із традиційними небезпеками й загрозами ХХ ст. — війнами, політичною нестабільністю, природними катаклізмами — з'явилися нові небезпеки й загрози у вигляді поширення міжнародного тероризму й злочинності, значного погіршення екологічного стану середовища перебування людини, наркоманізації та алкоголізації населення багатьох країн, масштабних техногенних аварій і катастроф, зміни клімату, вичерпання природних ресурсів, зменшення чисельності населення, проблеми зайнятості населення та ін. [1].

Початок повномасштабної переорієнтації світової спільноти до проблем безпеки людини завдячує доповідям ООН з розвитку середини 1990-х рр., в яких підкреслювалася стрижнева ідея, що розвиток соціуму має бути спрямований на людей, а не на безпеку кордонів. У Доповіді Програми Розвитку ООН від 1994 р. під назвою «Нові виміри безпеки

людини», наприклад, пропонувалося розвинути концепцію так званої широкого трактування безпеки особистості і виділити в ній два взаємопов'язаних фактора: «свободу від страху» та «свободу від злиднів». Перший з них полягає у захисті людини від всебічних конфліктів, а другий — від стихійних явищ, голоду, хвороби. Було також виокремлено сім елементів безпеки особи: 1) економічна безпека (гарантування матеріальних умов розвитку особи); 2) продовольча безпека (достатня кількість харчів); 3) медична безпека (рівний і вільний доступ до якісної системи охорони здоров'я); 4) екологічна безпека (відсутність шкідливих екологічних чинників); 5) безпека людини (захист від таких загроз, як тортури, війни, кримінальні загрози, поширення наркотиків тощо); 6) безпека співтовариств (збереження традиційних культур та етнічних груп); 7) політична безпека (достатні політичні права і відсутність політичного гноблення) [3, с. 134].

З позицій економічної безпеки дуже важливо оцінювати та прогнозувати вплив всіх очікуваних загроз.

Загроза економічній безпеці особистості — це сукупність умов та факторів, які створюють небезпеку для її життєво важливих інтересів.

В загальному вигляді загрози економічній безпеці особистості можна класифікувати таким чином:

- внутрішні загрози — це власні негативні дії (неефективне фінансове планування та використання власних коштів). Джерелом небезпеки можуть бути індивідуально-психологічні особливості особистості, які впливають на адекватність прийняття нею важливих рішень
- зовнішні загрози — зовнішні негативні дії (негативні тенденції в економіці: рішення державних органів влади, спекулятивні операції, непродумані реформи);
- форс-мажорні обставини (стихійні лиха, страйки) та обставини, наближені до форс-мажорних (несприятливі законодавчі акти, ембарго, зміни валютного курсу) [2, с. 6–10].

В цілому, проблема економічної безпеки особистості є комплексною. Передумовою її рішення є оптимальний розвиток усіх сфер життєдіяльності: виробничої, економічної, соціальної, політичної та духовної. Безпека особистості — це, насамперед, можливість для реалізації власних здібностей, які в умовах соціально-ринкової, а тим більше — ринкової економіки визначаються обсягами реальних доходів, рівнем і якістю життя. Але, у значній мірі, вона залежить і від власного фізичного і інтелектуального розвитку людини.

Забезпечення економічної безпеки окремої особистості складається з декількох складових [4, с. 98–100]:

1. Формування економічної інфраструктури особистої безпеки людини. Вона передбачає наявність економічних передумов використання

людиною власних ресурсів (капіталу, робочої сили, знання, інтелекту) для забезпечення безпечного рівня та якості життя з боку держави.

2. Формування економічних передумов використання людиною власних ресурсів зі сторони підприємств для забезпечення відповідного рівня доходів.

3. Розвиток людиною власних фізичних здібностей, інтелектуальних і професійних знань для забезпечення власного рівня та якості життя, протидії економічним загрозам.

4. Використання правосуддя для протидії порушенням економічних прав людини на підставі Конституції та інших законів.

5. Страхування особистих економічних ризиків.

6. Захист житла за допомогою технічних засобів.

7. Самозахист проти крадіжок і розбою.

Отже, глобальні трансформації та розвиток концепції «людської безпеки» демонструють актуальність даної теми та дають підстави говорити про «безпеку особи», як неодмінний стабільний стан надійної захищеності життєво важливих інтересів особи, її прав та цінностей від небезпек, загроз, шкідливих впливів за умов збереження і розвитку потенціалу особи та її здатності до ефективної діяльності у всіх сферах. Економічна безпека особистості повністю залежить від національної економічної безпеки, від державної соціально – економічної політики країни. Державна стратегія економічної безпеки особистості повинна включати: характеристику небезпек і загроз; визначення критеріїв і параметрів стану економіки, що відповідають вимогам економічної безпеки особистості; механізми забезпечення економічної безпеки особистості, захисту життєво важливих інтересів на основі застосування всіма інститутами державної влади правових, економічних і адміністративних заходів впливу; контроль над виконанням державної стратегії економічної безпеки особистості.

Виходячи з вищезазначеного можна запропонувати такі заходи протидії економічним загрозам: економічне зростання держави, проведення розумної соціальної політики, законодавче забезпечення встановлених соціальних гарантій населення та можливостей реалізації власних економічних інтересів. Все це має запобігати розвитку негативних тенденцій у соціальній сфері та забезпечувати стабільний економічний розвиток.

Література

1. Запорожець Т.В. Безпека особистості в умовах глобалізації: проблеми та шляхи вирішення. [Електронний ресурс]/ Т.В. Запорожець. – Режим доступу: http://www.academy.gov.ua/ej/ej10/doc_pdf/Zaporohec.pdf

2. Кравченко С. Основні напрямки забезпечення економічної безпеки України / С. Кравченко, С. Теленик // Економіка. Фінанси. Право. – 2002. – № 12. – С. 6–10.

3. United Nations Development Programme (UNDP). Human Development Report 1994: New Dimensions of Human Security. — New York: UNDP, 1994. — 289 p.

4. Фокіна Н.П. Економічна безпека підприємства — найважливіша складова фінансової стійкості/ Н. Фокіна, В. Бокій // Актуальні проблеми економіки. — 2003. — № 8 (26). — С. 98–110.

Савчук Віталій Миколайович

магістр спеціальності «Економічна теорія»

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ ТА ЕКОНОМІЧНОГО ДОБРОБУТУ НАСЕЛЕННЯ

На сьогодні у світі значно загострилася проблема продовольчої безпеки: за даними Міжнародної сільськогосподарської і продовольчої організації, більше 1 млрд людей планети страждають від недоїдання [8]. Причому подібно зростанню розриву в доходах між різними країнами, зростає і розрив у споживання основних продовольчих товарів. Це не дивно, тому що починаючи з 2005 року, відбулося поєднання ряду факторів, які призвели до різкого зростання цін на різні харчові продукти і кормовиробництво як таке. Незважаючи на те, що короткі і часто різкі злети цін мали місце і в попередні десятиліття, ця ситуація відзначалася суттєвими і синхронними підйомами цін на широкий спектр товарів. До 2008 року міжнародні ціни на всі основні продовольчі товари досягли, в реальному вираженні, найвищого рівня за останні 30 років. Так, наприклад, світові ціни на пшеницю і кукурудзу зросли вдвічі та в півтора рази з 2007 по 2008 роки, що, в тому числі, обумовлено і світовою фінансовою кризою. У 2010 році повернулись майже до рівня 2007, просте вже в 2011 році знову зросли майже у два рази [5]. На сьогоднішній день ціни на ці продукти встановилися на рівні трохи вищому за 2010 рік, проте, як було помічено, існує циклічність цін і тенденція до їх зростання.

Коли населення, особливо те, яке знаходиться на межі бідності, стикається з проблемою високих цін на продовольство, воно починає скорочувати витрати. Недоїдання сприяє дитячій захворюваності, знижує здатність до навчання, сприяє низькій продуктивності та високій смертності: одна третина всіх випадків смерті дітей у всьому світі ставляться до недостатності харчування [9]. Розуміння цих проблем стимулює до пошуку їх наукового вирішення.

Так, важливим є розуміння категорії економічного добробуту та продовольчої безпеки. Найбільш поміркованим та зрозумілим видається підхід до аналізу економічного добробуту через рівень життя населення. Відповідно до нього, вважається, що рівень життя є більш загальним, ніж добробут. Це пояснюється тим, що рівень життя може бути станом добробуту за умов, що його сукупні параметри досягають таких кількісних і якісних характеристик, які відповідають стандартам життя. Мається на увазі, що добробут визначає життя на рівні раціонального, а не мінімального задоволення потреб людини.

Щодо продовольчої безпеки, то одна з найбільш ґрунтовних вітчизняних праць, присвячених цій проблемі, була написана Гойчук О.І. Згідно неї, продовольча безпека України — це гарантована здатність держави на принципах самозабезпечення базовими продуктами та їх економічної і фізичної доступності, незалежно від зовнішніх і внутрішніх умов, задовольняти потреби населення продуктами харчування в необхідних обсягах, асортименті і якості на рівні, який забезпечує здоров'я та розвиток кожної людини [3, с. 62].

Як бачимо, існує змістовний зв'язок між категоріями економічного добробуту та продовольчою безпекою: їх кінцевою метою є задоволення потреб людини. Економічний добробут є станом раціонального задоволення потреб, а продовольча безпека повинна задовольняти потреби людей у харчуванні. Тому продовольча безпека держави є складовою економічного добробуту і становить його підвалини. Це розкривається навіть через аналіз одного з основних концептів мотивації людини — пірамідою А. Маслоу. Звичайно, цей підхід не враховує індивідуальні інтереси людей та не надає рекомендацій щодо переходу до наступного рівня потреб, проте ці недоліки не надто впливають на результати нашого дослідження. Так, продовольча безпека функціонує у площині фізіологічних потреб, які знаходяться на першому ієрархічному рівні і не можна заперечувати, що є першочерговими для кожної людини. В цьому аспекті, необхідно розглянути норми споживання харчових продовольчих благ. Визначають декілька рівнів денного споживання, а саме:

1. Катастрофічне — 1500–1800 ккал. Фактично це голод.
2. Критичне — 1800–2200 ккал. Створює умови для існування на межі живогіння і забезпечує просте відтворення.
3. Мінімальне — 2300–2800 ккал. Повністю елімінують можливість виникнення голоду, таке споживання також характерне для кризового періоду.
4. Достатнє — 2800–3600 ккал. Його енергетична цінність достатня для нормального функціонування організму, проте забезпеченість усіма необхідними хімічними елементами та поживними речовинами є недостатньою.

5. Рациональне — 3300–3600 ккал при обов'язковому збалансуванні раціону за білками, вітамінами та іншими важливим компонентами, є фактично рекомендованим.

6. Оптимальне — його енергетична цінність залишається тою самою, проте важливим тут також є екологічна чистота продукції. Воно дає можливість для розширеного відтворення. [2, с. 88–89].

Згідно Звіту Міністерства економічного розвитку і торгівлі «Про стан продовольчої безпеки України у 2013 році», середньодобова поживність раціону середнього жителя України становила 2969 ккал., що знаходиться на рівні достатнього споживання. Цікаво також, що існує залежність між рівнем продуктивності праці і споживанням продовольства. Так, для чоловіка, що виконує легку фізичну роботу, зниження споживання продовольства з 2400 до 2000 ккал на добу призводить до падіння продуктивності праці зі 100 до 70%. При виконанні помірної фізичної роботи споживання 3000 ккал на добу забезпечує продуктивність праці в 100%, 2500 ккал — у 58%, 2000 ккал — у 27% [6, с. 134]. Отже, тільки за рахунок нормалізації харчування при інших рівних умовах продуктивність праці зайнятого населення може бути істотно збільшена.

В той же час, існує законодавче визначення нормативів споживання продуктів харчування населенням. Так, згідно з постановою Кабінету міністрів України «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення» від 14 квітня 2000 року визначено набір продуктів харчування для працездатного населення. До нього входять: хлібопродукти — 123,4 кг на рік на одну людину, картопля — 95 кг, овочі — 110 кг, фрукти — 64 кг, кондитерські вироби — 37 кг, рибопродукти — 13 кг, молокопродукти — 148,5 кг, яйця — 220 штук, а також м'ясопродукти — 53 кг. Таким чином зернові продукти повинні займати значну частину в раціоні людини і це не дивно, тому що, наприклад, за хімічним складом зерно пшениці містить в середньому білка 12%, жита — 10, ячменю — 9,8, кукурудзи — 10%; крохмалю відповідно: 54,8, 50, 53,7 та 38,2%; найменший вміст жирів у пшениці і житі — 1,9%. Наприклад, за хімічним складом зерно пшениці містить в середньому білка 12%, жита — 10, ячменю — 9,8, кукурудзи — 10%; крохмалю відповідно: 54,8, 50, 53,7 та 38,2%; найменший вміст жирів у пшениці і житі — 1,9% [1]. Важливо, що створені такі нормативно-правові акти, які регулюють відносини у цій сфері та визначають нормативи споживання.

Згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 5.12.2007 «Деякі питання продовольчої безпеки», було розроблено систему критеріїв, відповідно до яких можна проаналізувати стан продовольчої безпеки України. Одним із таких є економічна доступність продуктів харчування, яка визначається як частка сукупних витрат на харчування у загальному

підсумку сукупних витрат домогосподарств. Граничним критерієм для зазначеного показника вважається його 60-відсотковий рівень. Причому, в 2013 році із загальної суми витрат домогосподарства витрачали на харчування 1982,17 гривні на місяць, що склало 52% від загальної суми [4, с. 5]. Звичайно, це входить в законодавчо визначені граничні межі, проте, за даними Державної служби статистики, споживчі витрати склали 82,3% від доходів населення, тобто середні витрати на продукти харчування становлять 43% від середнього рівня доходу [10, с. 361]. В той час, як у США споживчі витрати становили 73,3% від доходу, з них 7,5% — на харчові продукти (від загального доходу 5,4%) [7]. Слід також зазначити, що загальна калорійність раціону споживання населення США складає 3639 ккал і на 55% забезпечується продуктами тваринного походження, тоді як в Україні аналогічні показники становлять відповідно 2969 ккал і 41% [8]. Як бачимо, різниця структури витрат в Україні та США вимірюється разами і необхідно здійснювати заходи для підвищення рівня життя населення України, в тому числі, шляхом покращення економічної доступності продуктів харчування.

Отже, продовольча безпека та економічний добробут мають спільне змістовне наповнення — їх метою є задоволення потреб населення. Важливою складовою досягнення рівня економічного добробуту є забезпечення відповідного рівня споживання харчових продуктів населення. Раціональний рівень споживання призводить до підвищення продуктивності праці, тому стимулює розвиток галузей економіки, чим збільшує ВВП країни на душу населення. Загалом, споживання харчових продуктів у середньому є прийнятним, проте більше 40% доходу середнього жителя України витрачається на продовольство, що є значно більшим, ніж у розвинених країнах, до того ж раціон споживання свідчить про те, що більш розвинені країни мають більший обсяг споживання на душу населення і забезпечують вищий рівень життя населення.. У зв'язку з цим необхідним є підвищення економічної доступності харчових продуктів для населення. Таким чином, взаємозв'язок економічного добробуту є очевидним і криється не лише в інституційних зв'язках цих явищ, але і в їх сутності.

Література

1. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення [Електронний ресурс]: Постанова Кабінету міністрів України від 14.04.2000 № 656 — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/656-2000-%D0%BF>.

2. Гойчук О.І. Продовольча безпека як системна категорія / О.І. Гойчук // Аграрна наука і освіта. — 2002. — № 1–2. — С. 87–91.

3. Гойчук О.І. Продовольча безпека. Монографія. / О.І. Гойчук. — Житомир: Полісся, 2004. — 348 с.

4. Звіт про стан продовольчої безпеки у 2013 році. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&title=ZvitProStanProdovolchoiBezpekiU2013-Rotsi>.

5. Інформаційний сайт «Indexmundi» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.indexmundi.com>.

6. Кайгородцев О.А. Экономическая и продовольственная безопасность. Научная монография // Усть-Каменогорск. Изд-во ВКГУ им. С. Аманжолова, 2006. — 445 с. 7. Офіційний сайт Бюро економічного аналізу США [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.bea.gov/>.

8. Офіційний сайт Міжнародної Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://faostat.fao.org>.

9. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.worldbank.org/>.

10. Статистичний щорічник України 2013 за ред. О.Г. Осуаленка — К.: Державна служба статистики, 2014. — 534 с.

Хомич В.В.

Магістр 5 курсу

Інститут економіки і менеджменту

СНУ ім. Лесі Українки

м. Луцьк, Україна

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Сучасні умови господарювання вимагають від суб'єктів підприємницької діяльності виконання досить складних завдань захисту економічних інтересів підприємства та забезпечення його стабільного розвитку. Одним з факторів, що дає змогу підприємству забезпечити свою фінансову незалежність та можливість вчасної реакції на наслідки дестабілізаційних впливів зовнішніх та внутрішніх процесів економіки та політики є система управління фінансовою безпекою.

Недосконалість та невміле використання методів управління процесами фінансової безпеки підприємства нерідко призводить до того, що найкращі наміри керівництва в підприємницькій діяльності перетворюються на протилежність і замість здобутків провокують шкоду для власного виробництва. У зв'язку з цим першочергового значення набуває забезпечення на підприємствах комплексної системи фінансової безпеки,

яка стала б запорукою досягнення і підтримання найважливіших фінансових показників, необхідному для створення передумов ефективного функціонування підприємства в поточному та майбутньому періодах.

Наукова література дає множину визначень поняття фінансової безпеки, серед якої можна виділити два найбільш повні. Так, І.А. Бланк говорить, що фінансова безпека підприємства являє собою кількісно та якісно детермінований рівень його фінансового стану, який забезпечує стабільний захист його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних та потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру, параметри якого визначаються на основі його фінансової філософії і створюють необхідні передумови фінансової підтримки його стійкого росту в нинішньому й перспективному періоді [1].

Тоді як Р.С. Папехін розглядає фінансову безпеку як здатність підприємства самостійно розробляти і проводити фінансову стратегію відповідно до мети загальної корпоративної стратегії в умовах невизначеності й конкурентного середовища [2].

Одним із головних чинників організації фінансової безпеки підприємства є її організація управління. Відповідно до цього під управлінням системою фінансової безпеки підприємства розуміється свідомий цілеспрямований вплив із боку суб'єктів управління підприємством і системою його безпеки на суб'єкти безпеки, який здійснюється з метою направлення їх дії на зниження рівня загроз і ризиків, а також попередження небажаних результатів фінансової діяльності [3, с. 75–78].

Управління системою фінансової безпеки будь — якого підприємства можна розглядати як сукупність відносин фінансової безпеки, реалізованих за допомогою організаційної структури та функцій управління, нормативно-правового й організаційно-економічного забезпечення, процесів реагування на погрози та наявність моделі прийняття рішення залежно від ситуації.

Функціонування управління системою фінансової безпеки підприємства передбачає постійну взаємодію функцій управління: керівництва, організації, планування, мотивації, аналізу та контролю в процесі прийняття оптимальних управлінських рішень керівництвом і структурними підрозділами. Зазначимо, що вершиною управління системою фінансової безпеки підприємства є застосування сучасних методів фінансового планування і контролю — бюджетування.

Сьогодні кожне підприємство повинно чітко орієнтуватись в складних умовах ринкових відносин, правильно оцінювати виробничий та економічний потенціал, стратегію подальшого розвитку, володіти методикою управління системою фінансової безпеки з метою забезпечення платоспроможності та фінансової стійкості.

До організаційно – економічного забезпечення управління системою фінансової безпеки підприємства відноситься система внутрішнього нормативного регулювання фінансової безпеки підприємства, яка є формальним набором правил, положень, інструкцій, розпорядчих документів по окремих структурних підрозділах та по підприємству в цілому, по окремих сегментах діяльності та інших об'єктах забезпечення безпеки.

Застосовуючи сучасні методи стратегічного управління, підприємства повинні змінювати існуючий фінансового-господарський механізм, розробляти та реалізовувати фінансову стратегію, за допомогою якої досягатиметься фінансова безпека підприємства.

Загалом існує п'ять можливих стратегій, які можуть бути використані для оптимізації рівня фінансових ризиків при побудові фінансової стратегії підприємства:

- 1) відмова від видів діяльності, які містять визначене джерело фінансового ризику;
- 2) прийняття відповідальності за ризик фінансової стратегії з гарантією повної компенсації втрат за рахунок власних джерел;
- 3) продаж і перекладання відповідальності за фінансовий ризик на інших осіб (зокрема страхові організації);
- 4) скорочення або попередження можливих негативних наслідків від фінансового ризику за допомогою попереджувальних заходів;
- 5) орієнтація діяльності на фінансовий ризик, тобто використання усіх видів ресурсів в одній сфері діяльності з метою отримання прибутку при високому рівні ризику [4, с. 3].

В основі забезпечення фінансової безпеки підприємства лежить концепція системного поєднання функцій контролю, планування, зворотного зв'язку та інформаційного забезпечення. Сутність контролінгу фінансової безпеки підприємства визначено як самоорганізовану систему, яка забезпечує інтеграцію, організацію і координацію всіх фаз управління фінансовою безпекою підприємства. Основними функціями контролінгу фінансової безпеки підприємства є планування, інформаційне забезпечення, контроль, аналіз. Процес планування забезпечення фінансової безпеки включає: оцінку загроз економічній безпеці, що мають політико-правовий характер; оцінку поточного рівня забезпечення фінансової безпеки; оцінку ефективності запобігання можливій шкоді від негативних дій; планування комплексу заходів із забезпечення фінансової безпеки і розробку рекомендацій стосовно його реалізації; бюджетне планування практичної реалізації пропонованого комплексу заходів; планування корпоративних ресурсів; оперативну реалізацію запланованих дій у процесі здійснення суб'єктом господарювання фінансово – господарської діяльності. До основних методів забезпечення фінансової безпеки підприємства слід віднести збір та обробку аналітичної інформації про досвід та

заходи забезпечення безпеки зарубіжних підприємств, аналіз, постійний моніторинг та прогнозування умов, загроз, небезпек та індикаторів фінансової безпеки, розробка та запровадження необхідних заходів щодо підтримки фінансової безпеки на належному рівні. Стратегічний аналіз використовується в процесі здійснення управління фінансовою безпекою підприємства з урахуванням пропозиції щодо його поліпшення. Для здійснення стратегічного аналізу стану фінансової безпеки підприємства можна використовувати такі методи: SWOT-аналіз, PEST-аналіз, SNW-аналіз, аналіз розробки сценаріїв подій [5, с. 41]. Процес аналізу поточного рівня забезпечення фінансової складової економічної безпеки неможливий без інформаційного забезпечення, а саме: фінансова звітність, результати роботи підприємства, конкурентний стан підприємства на ринку, ринок цінних паперів підприємства. Узагальнюючи вищесказане, можна відмітити, що фінансова безпека підприємства — це такий фінансовий стан і подальша стратегія розвитку підприємства, за яких зменшуються ризики фінансових втрат.

Отже, на кожному підприємстві нагальним завданням є розробка дієвої стратегії розвитку фінансової безпеки, яка характеризується тісним взаємозв'язком і взаємообумовленістю її окремих складових, тому при прийнятті управлінських рішень потрібно враховувати цей взаємовплив одних факторів на інші.

Література

1. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия / Бланк И.А. — К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. — С. 784.
2. Папехин Р.С. Индикаторы финансовой безопасности предприятий / Папехин Р.С. — Волгоград: Волгоградское научное изд-во, 2007. — С. 16.
3. Захаров О.И., Пригунов П.Я. Организация та управління економічною безпекою суб'єктів господарської діяльності: Навч. посіб. — К., 2008. — С. 257.
4. Білоус О.В. Сучасна світова фінансово-економічна криза як прояв тотальної кризи системи глобалізму. / О.В. Білоус // Економічний часопис. — 2008. — № 21. — С. 3.
5. Вакульчик О.Б. Визначення зон економічного ризику на основі аналізу показників економічної безпеки підприємства. / О.Б. Вакульчик, Д.С. Зубицький // Економіст — 2009. — № 8. — С. 41.

Секція 6: ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Альфер А.В.

студент

*Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского
г. Кривой Рог*

Научный руководитель:

Коваленко Д.С.

ассистент кафедры ТРГ и ГРС

*Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского
г. Кривой Рог*

ЭКО-ОТЕЛИ УКРАИНЫ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В современном обществе люди все больше начинают уделять внимания экологии и взаимодействию с окружающей средой. Основной причиной тому служит постепенное истощение мировых ресурсов с ростом их потребления, а так же развитие альтернативных источников энергии. Исходя из этого, население все больше начинает прибегать к экологическому виду жилья, одежды, питания и прочего. Экологический бизнес получает массовое распространение благодаря росту осознанности людей и экологической ответственности. По оценкам исследователей, большинство населения сейчас направляет свою деятельность именно в «природную» сферу [1].

В последние годы многие туристы предпочитают эко-туры и эко-отели, отдыху на пляжах в раскрученных курортных зонах, с активной ночной жизнью. Сказывается усталость от быстрого темпа современной жизни, где нужно везде успеть, всё сделать вовремя. Многие горожане, особенно больших мегаполисов, где из состояния равновесия могут вывести одни лишь бесконечные пробки на дорогах, давно поняли, что излечить этот недуг, за короткий срок, под силу только естественному лекарю — природе.

С каждым годом повышается экологическая ответственность населения, а соответственно повышается и спрос на экологические товары и услуги. С повышением спроса расширяется и сегмент предлагаемых услуг. Так, с 2007 года количество эко-отелей увеличилось более чем в 2 раза (рисунк 1).

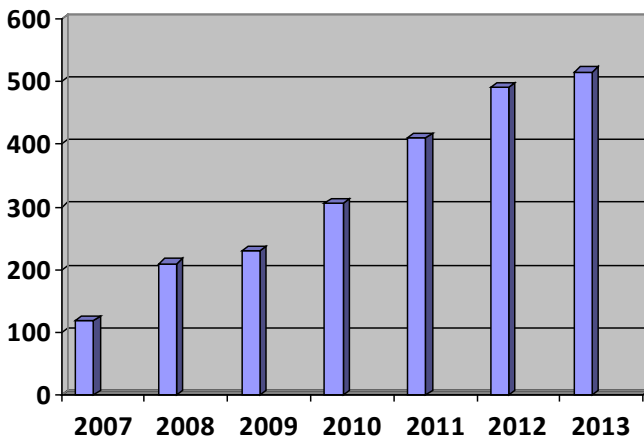


Рисунок 1. Динамика численности эко-отелей в мире, 2007–2013 гг.

Как видим, наблюдается стремительный рост в сегменте экологических отелей, которые принято делить на несколько типов. Первые находятся в специальных природоохранных заповедниках. Материал постройки отельного комплекса является экологически чистым продуктом. В таких местах также есть особые ограничения по высоте (этажности) и ширине здания (домика). Подобные комплексы строятся с целью уединения и отдыха на природе, обеспечения взаимодействия с экосистемой и воспитание ответственности у клиентов за чистоту и порядок в природной зоне. Вторые находятся в обычных городах или мегаполисах, представляют из себя небольшие или же огромные здания класса люкс, однако, и эти перешли на органические продукты и экологические предметы. В частности, большинство отелей сейчас перешли на использование энергосберегающих ламп, дабы в разы сократить потребление топлива и электроэнергии. Также практикуется ограничение использования воды, другого вида постельного белья без химикатов, которые предполагается стирать 1 раз в 2 дня, и прочее [2].

Существует определенный спектр показателей, по которым специальная комиссия по сертификации проверяет отель на соблюдение определенных условий. Подобное достижение и получение знака качества будет служить дополнительным стимулом к привлечению инвесторов, которые все больше уделяют внимание вложениям в «зеленый бизнес».

Базисом для существующих ныне систем сертификации стал стандарт управления природопользованием ISO 14001 (EMS), принятый Международной ассоциацией по стандартизации (ISO) в 1991 г. Для того чтобы соответствовать ему, организация обязана подтвердить, что

проводит спеціальную политику по охране окружающей среды. Стандарт ISO 14001 – это тот минимум, которого должно придерживаться каждое предприятие, чтобы свести на нет вред, наносимый окружающей среде, и для получения статуса эко-отеля надо подтвердить соответствие этому стандарту. В ряде стран в дополнение к ISO 14001 были созданы собственные стандарты, например, в Великобритании – BS7750 Specification for Environmental Management Systems, в Канаде – CAN/CSA Z750–94: Guidelines for an Environmental Management System, в Европейском союзе – EMAS.

Среди наиболее авторитетных систем сертификации отелей также можно упомянуть Green Globe (Великобритания), Green Key (Дания), HAC Green Leaf (Канада) Touristik Union International (TUI) (Германия) и другие. Многие отели в мире сертифицируются также и по стандарту LEED.

В Украине экологическая сертификация проводится уполномоченным органом экологической сертификации и маркировки «Живая Планета», который имеет соответствующую национальную и международную аккредитацию.

Кроме того, в Украине распространена экологическая сертификация по системе «Зелёный ключ». Согласно официальным данным [3] по системе «Живая Планета» в Украине сертифицированы 3 гостиницы (одна на территории АР Крым), по системе «Золотой ключ» – 10 гостиниц, 2 из которых расположены на территории АР Крым (таблица 1).

Таблиця 1

Екологічні готелі України

№	Назва	Адреса	Система сертифікації
	Radisson Blu Hotel Kyiv	Київ	«Зелений ключ»
	Maison Blanche (Berezovka) Ecohouse	Київ	«Зелений ключ»
	Maison Blanche (Mytnitsa) Ecohouse	Київ	«Зелений ключ»
	Maison Blanche Bed Breakfast	Київ	«Зелений ключ»
	Bakkara Art Hotel	Київ	«Зелений ключ»
	InterContinental	Київ	«Зелений ключ»
	Ligena	Київ	«Зелений ключ»
	Козацький Стан	Київ	«Жива планета»
	Dnister Premier Hotel	Львів	«Зелений ключ»
	Villa Pinia	Одеса	«Зелений ключ»
	Radisson Blu Resort, Bukovel	Буковель	«Зелений ключ»
	Ковчег, еко-готель	Черновці	«Жива планета»

Основная часть экологических отелей на современном этапе развития гостиничного бизнеса в Украине сосредоточена в столице, городе Киев — 66%. Остальные гостиницы рассредоточены среди туристическо-рекреационных центров страны.

Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что Украина находится в стадии становления и популяризации экологического направления в бизнесе. Несмотря на это, уже существует успешный опыт функционирования «зелёных» отелей на национальном рынке, что должно послужить толчком к дальнейшему развитию этого направления. Кроме того, повышается экологическая культура потребителей, которые готовы доплачивать за экологически чистый продукт, заботясь как о себе, своем личном уюте и здоровье, так и природной экосистеме, осознавая, какой непоправимый ущерб наносит современное технологическое общество природной среде. Таким образом, инвестиции и затраты на преобразование бизнеса и отелей, в частности, пусть и в долгосрочной перспективе, но окупают себя.

Литература

1. Галушкина Т.П. Экономические инструменты экологического менеджмента (теория и практика). — Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2000. — 280 с.
2. Березина С. Екологізація гостиничних услуг // «Деловой вестник» № 06(217), 2012. — Режим доступа: <http://www.ucci.org.ua/synopsis/dv/2012/dv1206121.ru.html>
3. Экологические отели Украины [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.green-key.org/menu/awarded-sites/ukraine>

Данілко́ва А. Ю.

*аспірант кафедри «Облік та аудит»
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна*

СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ В УКРАЇНІ

З року в рік проблема неефективного витрачання енергоресурсів в Україні загострюється. Першочергово проблему енергозбереження розглядали суто у економічній площині, але з часом ця проблема набула не лише економічного, а й екологічного і соціального характеру. Враховуючи події, що пережила Україна у 2014 році і переживає сьогодні, неефективне витрачання енергоресурсів усіма видами споживачів негативно вплинуло на політичну стабільність та національну безпеку України [2, с. 72].

Умови, в яких опинилась Україна вимагають негайних та ефективних дій, що дійсно сприятимуть стрімкому розвитку енергозбереження в Україні. З метою виявлення прогалин у розвитку напрямку енергозбереження в Україні, проаналізуємо його етапи.

На нашу думку, існує чітка відмінність між «усвідомленням» енергозбереження в Україні та Європейських країнах.

З набуттям незалежності, Україна почала активно наслідувати загальноєвропейську політику енергозбереження. Увесь процес енергозбереження в Україні відображався лише у нормативно-законодавчих актах, натомість була відсутня потужна ініціативна група з боку громади, громадських організацій, приватних структур. Звісно, за часи незалежності України, вітчизняними науковцями було розроблено чимало механізмів, що могли б сприяти розвитку енергозбереження, проте недостатній аналіз зарубіжного досвіду, неефективна підтримка з боку держави та приватних структур, відсутність матеріальної, технічної бази, а також бар'єри у вітчизняному законодавстві уповільнювали, та навіть унеможлилювали розвиток енергозберігаючого напрямку.

На нашу думку, на розвиток енергозбереження в Україні суттєво вплинули наступні чинники:

- Виконання зобов'язань Україною перед країнами Європейського Союзу, з прийняттям Резолюції Ради стосовно удосконалення програм енергозбереження в державах-членах (85/C20/01) від 15 січня 1985 року [6].

- Активна законотворча діяльність, починаючи з 1994, рік, коли було прийнято Закон України «Про енергозбереження», що слугує і досі основною платформою розвитку напрямку енергозбереження [3].

- Фінансування державою заходів з енергозбереження у бюджетній та комунальній сфері [4].

- Фінансування закордонними донорами енергоефективних проєктів в Україні.

- Розвиток ініціативних груп серед громадськості України та профільних громадських організацій, залучення ними іноземного капіталу для реалізації енергоефективної політики.

- Партнерство України з Європейським Енергетичним співробітництвом.

В рамках Партнерства в 2009–2011 роках Україна підтвердила наміри співпраці з Енергетичним співробітництвом, підтримавши директиви:

1. Директива 2006/32/ЄС щодо енергетичної ефективності кінцевого використання енергії та енергетичних послуг.

2. Директива 2010/31/ЄС щодо енергоефективності в будівлях.

3. Директива 2010/30/ЄС щодо маркування енергетичної продукції.

- Розробка національного плану дій з енергоефективності на період 2012–2020 рр.

Національний план дій з енергоефективності передбачає зменшення споживання енергоресурсів у порівнянні з попереднім періодом на 9% (середнього кінцевого внутрішнього споживання енергії за останній статистично доступний період (2005–2009 рр.) на дев'ятий рік застосування Директиви). План чітко визначає необхідний обсяг економії енергоресурсів у натуральних величинах [5].

— Відкриття в Україні, у 2014 році, Центру кредитування енергозбереження. Запроваджена у Центрі програма кредитування пропонує безпрецедентно низькі відсоткові ставки для кредитів на цілі енергозбереження [1].

Проаналізувавши основні чинники розвитку енергозбереження в Україні, можна зробити висновок, що у розвитку напрямку енергозбереження України значну роль відіграло саме міжнародне співробітництво.

Держава недостатньо активна у розвитку енергоефективної політики в Україні, наявне законодавство не дозволяє у повному обсязі бути ефективним споживачем енергоресурсів. Залучення різних суб'єктів споживання до енергоефективності також здійснюється повільно. Майже відсутня ініціатива з боку громади та приватних структур. Саме тому, чітке усвідомлення проблеми, спільні зусилля різних суб'єктів споживання з орієнтацією на кращий світовий досвід дасть змогу ефективно реалізувати енергоефективну політику в Україні. Основним важелем регулювання енергоефективної політики має стати ефективна реалізація Національного плану дій з енергоефективності, але для цього необхідно впровадити додаткові нормативні, податкові, фінансові та організаційні заходи.

Література

1. Відкрито перший в Україні Центр кредитування Енергозбереження [Електронний ресурс]. — Режим доступу: // <http://www.banklviv.com/uk/about/news/?newsid=468>

2. Данілкова А.Ю. Світовий досвід застосування механізму енергоефективності в управлінні промисловими підприємствами / А.Ю. Данілкова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Том 2. — 2013. — С. 72–76.

3. Про енергозбереження. Закон України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/94-%d0%b2%d1%80> — Назва з екрану.

4. Проект Закону України «Про особливості бюджетної підтримки реалізації заходів з енергозбереження у бюджетних установах» // Режим доступу <http://zakon.nau.ua/>

5. Проект Національного плану дій з енергоефективності до 2020 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: // <http://sae.gov.ua/uk/documents/22>

6. Резолюція Ради стосовно удосконалення програм енергозбереження в державах-членах (85/C20/01) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_349 — Назва з екрану.

Довгань Л.Є.

*к. е.н., професор кафедри менеджменту
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»*

м. Київ, Україна

Мохонько О.М.

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»*

м. Київ, Україна

СТРАТЕГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є важливою складовою економічної безпеки України на сучасному етапі розвитку. Виникає об'єктивна необхідність створення механізму управління конкурентоспроможністю на рівні підприємства, що передбачає пошук адекватних інструментальних засобів підвищення конкурентоспроможності. У цьому зв'язку особливий інтерес представляє дослідження стратегічного потенціалу підприємства у вирішенні проблеми створення конкурентних переваг підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства – відносне поняття, оскільки на рівні певного регіону підприємство може мати певні переваги, а в цілому по країні воно може бути неконкурентоспроможним. Через це конкурентоспроможність підприємства слід розглядати як відносну здатність підприємства, яке, використовуючи ринкові і ресурсні можливості, забезпечує свою прибуткову діяльність, виходячи з реальних і потенційних можливостей задовольняти постійно зростаючі конкретні потреби споживачів у порівнянні з підприємствами-конкурентами на певному ринку [6].

На думку Фатхутдінова Р.А. [4] конкурентоспроможність – це потенційна здатність об'єкта або суб'єкта управління конкурувати у майбутньому на конкурентних ринках, що забезпечена зниженням прояву стратегічних неконкурентоспроможних чинників і посиленням впливу стратегічних ексклюзивних конкурентних переваг об'єкта на основі проведення комплексної стратегічної діагностики об'єкта, параметрів ринку і конкурентів, розробки стратегій.

Проблематиці дослідження потенціалу присвячено значна кількість робіт вітчизняних та зарубіжних вчених. В економічній літературі останніх років нараховується більше 30 визначень потенціалів, серед яких

найчастіше зустрічаються стратегічний, виробничо-господарський, науково-технічний, фінансово-економічний, управлінський, ресурсний, організаційно-структурний, інформаційний тощо.

У результаті аналізу наукових та науково-методичних праць з стратегічного управління [3] виявлено, що під конкурентоспроможністю в загальному значенні розуміють здатність ефективного функціонування в умовах конкурентного середовища.

Серед концептуальних підходів до визначення потенціалу на рівні підприємства, на нашу думку, слід відзначити стратегічний потенціал, який розглядається як складова системного комплексу підприємства. При цьому стратегічний потенціал представляється як система, що складається з підсистем — потенціалів різного порядку, тобто потенціал більш високого рівня складається з потенціалів більш низького рівня [2, с. 39].

У вітчизняній економічній літературі термін стратегічний потенціал у широкому розумінні трактують як виробничі можливості, які є в наявності і можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети або розв'язання конкретної задачі.

Суть поняття «стратегічного потенціалу підприємства», на відміну від категорії «потенціал підприємства», полягає не лише у визначенні граничних можливостей виробництва, але й здатності підприємства досягати перспективних цілей шляхом підвищення рівня його використання під впливом зовнішнього та внутрішнього середовищ функціонування на основі удосконалення виробничої, кадрової, фінансової, маркетингової та інших складових [1].

Таблиця 1

Стратегічний потенціал як основа підвищення конкурентоспроможності

Складові	Стратегічний потенціал підприємства	Конкурентоспроможність підприємства
Суть економічної категорії	це поєднання ресурсів та можливостей, які наявні у підприємства для розробки та реалізації запропонованої стратегії [5]	комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оцінних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу по відношенню до сукупності показників конкурентів [3]
Стан підприємства	Реальний майбутній стан підприємства	Поточний стан підприємства
Тип середовища	Характеризує внутрішнє середовище підприємства	Характеризує зовнішнє середовище підприємства

Виявлення передумов забезпечення розвитку конкурентоспроможності підприємства передбачає дослідження категорій «стратегічний потенціал підприємства» та «конкурентоспроможність підприємства» за складовими (табл. 1): суть економічної категорії, стан підприємства, тип середовища.

Отже, стратегічний потенціал можна розглядати як ресурсну та інструментальну базу для пошуку і реалізації найефективніших стабілізуючих заходів щодо забезпечення розвитку конкурентоспроможності підприємства.

Література

1. Азарова А.О. Математичні моделі оцінювання стратегічного потенціалу підприємства та прийняття рішень щодо його підвищення: монографія / А.О. Азарова, О.В. Антонюк. — Вінниця: ВНТУ, 2012. — 168 с.

2. Бузько І.Р. Стратегічний потенціал і формування пріоритетів у розвитку підприємства: монографія / Бузько І.Р., Дмитренко І.Є., Сущенко О.А. — Алчевськ: вид-во ДГМІ, 2002. — 216 с.

3. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: Навчальний посібник / Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 440 с.

4. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Фатхутдинов Р.А. — М.: Маркетинг, 2002. — 892 с.

5. Шаповалов П.О. Управління стратегічним потенціалом аптечної торгівлі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «економіка, організація і управління підприємствами» / П. О. Шаповалов. — Донецьк, 2006. — 17 с.

6. Шемчук Л.О. Конкурентоспроможність підприємства в системі чинників її забезпечення [Електронний ресурс] / Л.О. Шемчук // I Міжнародна науково-практична Internet-конференція «Управління економічною діяльністю промислових підприємств в системі сучасних глобалізаційних процесів». — Режим доступу: http://mevnu.at.ua/load/mizhnarodna_naukovo_praktichna_internet_konferencija/8_shljakhi_pidvishhennja_konkurentospromozhnosti_vitchiznjanikh_pidpriemstv/konkurentospromozhnist_pidpriemstva_v_sistemi_chinnikiv_jiji_zabezpechennja/9-1-0-113

Лавріненко Д.М.

студентка 3 курсу

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
ім. Михайла Туган-Барановського*

Науковий керівник:

Коваленко Д.С.

МОНІТОРИНГ ПОТЕНЦІАЛУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ УКРАЇНИ

Готельний бізнес є основною складовою туристичної галузі України. Розвиток внутрішнього та міжнародного туризму значною мірою пов'язаний з рівнем матеріально-технічної бази туристичних підприємств, розгалуженістю та різноманітністю їх мережі, якістю та обсягом послуг, пропонувананих готельним господарством.

Актуальність дослідження структури та особливостей готельних мереж пояснюється тим, що роль готельних ланцюгів, безсумнівно, дуже важлива для розвитку туризму та економіки країни в цілому. Саме система структурного управління підприємством сприяє створенню цілого ряду переваг, які дозволяють більшою мірою туристичним підприємствам підвищувати якість реалізованого туристського продукту.

Особливості формування індустрії гостинності та ринку готельних мереж на сучасному етапі аналізуються в працях В.І. Карсекіна, Т.І. Ткаченка, О.О. Любіцевої, О.О. Бейдика, в яких наведено розгорнутий аналіз методологічних і методичних підходів до вивчення загальнонаціонального туристичного ринку.

Маючи сприятливе географічне положення для розвитку туризму та готельної індустрії на сьогоднішній день Україна займає одне з останніх місць у списку європейських країн по кількості готелів [1, с. 14].

Об'єднання готелів під єдиним керуванням дає значні економічні вигоди як власникам об'єктів, так і їхнім операторам. Головна перевага — зниження загальних витрат, функціонування єдиної об'єднаної системи бронювання. Водночас для вітчизняного готельного бізнесу корпоративний механізм управління — явище нетипове [3].

Багато українських компаній збиралися створити готельні мережі. Деякі вже реалізували свої наміри, інші тільки збираються. На даний момент в Україні налічується 6 діючих національних готельних мереж, але вони не можуть порівнюватися з міжнародними [5, с. 43].

Найстаршим готельним оператором України є Premier International, під управлінням якого на сьогодні успішно діє Premiere Hotels — мережа готелів 4 і 5 зірок на Україні, створена в 2003 році. Вона включає

16 готелів в 12 містах України (таблиця 1) [8]. Ця мережа створювалася в розріз із загальноприйнятими стратегіями, оскільки являє собою об'єднання абсолютно різних за концепцією і набору послуг готелів у великих ділових і туристичних центрах України [2]. Мережу Premiere Hotels важко позначити як повноцінного готельного оператора, адже готелю мережі позиціонуються в різних сегментах і під різними марками.

«Компас Готелі» — мережа готелів економ-класу під управлінням провідного національного готельного оператора «Прем'єр Інтернешнл». Ключовими якостями кожного з готелю мережі є безпека, чистота, приватність [8].

Таблиця 1

**Географія розповсюдження мережі
Premiere Hotel в Україні**

Назва готелю	Адреса
Premier Compass Hotel Yagodyn	Волинська обл. с. Старовойтове, вул. Прикордонників 6
Premier Hotel Abri 4*	Дніпропетровськ, Узвіз Калініна, 1
Premier Hotel Prague 4*	Донецьк, вул. Дубравна 101/103
Premier Palace Hotel 5* Premier Hotel Rus 3*	Київ, бул. Т. Шевченка, 45 Київ, вул. Госпітальна 4
Premier Hotel Dnister 4*	Львів, вул. Матейка, 6
Star Premier Hotel 4*	Мукачеве, пл. Миру, 10–12
Premier Geneva Hotel 4* Premier Compass Hotel Odessa 3*	Одеса, вул. Єврейська, 32 Одеса, вул. Піонерська, 32
Premier Compass Hotel Oleksandriia	м. Олександрія, вул. Будівельників 36-А
Premier Hotel Palazzo 4*	Полтава, вул. Гоголя, 33
Premier Palace Hotel Kharkiv 5* Aurora Premier Hotel 4* Cosmopolit Premier Hotel 4*	Харків, пр. Правди, 2 Харків вул. Артема, 10/12 Харків, вул. Ак. Проскури, 1
Premier Compass Hotel Kherson	Херсон, вул. Петренка 25
Premier Hotel Shafran 4*	Суми, вул. Замостянська 1/4

Reikartz — це найяскравіший і успішний оператор України, що є лідером ринку послуг тимчасового проживання (таблиця 2). Reikartz Hotels & Resorts — це українська мережа готелів 3 і 4 зірки за участю європейського капіталу та іноземних фахівців. На сьогодні це 25 готелів в 19 містах України [7].

Географія розповсюдження мережі Reikartz в Україні

Назва готелю	Адреса
Reikartz Аташе	Київ вул. Жилинська, 59
Раціотель	Київ Харківське шосе, 177/1
Reikartz Дворжец	Львів вул. Городоцька, 107
Reikartz Медіваль	Львів вул. Друкарська, 9
Reikartz	Дніпропетровськ вул. Червона, 12А
Reikartz	Житомир, площа Замкова 5/8
Reikartz	Запоріжжя пр. Маяковського, 19
Reikartz Парк Готель	Івано-Франківськ вул. Мазепи, 146
Reikartz	Каменець-Подільський вул. Старобульварна, 2
Reikartz Карпати	Закарпатська область, смт. Жденієво вул. Шевченка, 257
Reikartz Поляна	Закарпатська обл. Поляна, вул. Жовтнева, 25
Reikartz	Кіровоград вул. В. Чорновола 1-Д
Reikartz	Маріуполь вул. Георгіївська, 79
Reikartz Аврора Раціотель	Кривий Ріг пр-т. Металургів, 40 Кривий Ріг вул. Кириленко, 8
Reikartz Олександрівський	Одеса пр-т. Олександрівський, 12
Reikartz	Харків вул. Чубаря, 4
Reikartz Рівер	Миколаїв вул. Спортивна, 9
Reikartz	Суми вул. Воскресенська, буд. 1
Reikartz Почаїв	Почаїв вул. Лосятинська, 4
Оптіма	Черкаси вул. Лазарева, 6

Clubhouse Group Holdings є оператором мережі тризіркових готелів під брендом «7 днів». В даний час Clubhouse Group Holdings управляє двома готелями – у Києві на 36 номерів і Кам'янець-Подільському на 220 номерів[2]. Clubhouse Group Holdings є оператором мережі тризіркових готелів під брендом «7 днів». В даний час Clubhouse Group Holdings управляє двома готелями – у Києві на 36 номерів і Кам'янець-Подільському на 220 номерів.

Royal Hospitality Group є одним з найуспішніших гравців сучасного українського ринку готельних послуг. Всього за 7 років (Royal Hospitality Group заснована в 2005-м) домоглася неймовірних успіхів, зумівши вивести вітчизняний готельний бізнес на якісно новий рівень [8].

Сьогодні мережа компанії Royal Hospitality Group складається з дев'яти готелів у різних областях України (таблиця 3).

Таблиця 3

**Географія розповсюдження мережі
Royal Hospitality Group в Україні**

Royal Hotel de Paris (Київ)	Розкішний butik-готель в самому серці Києва;
Royal Deluxe Hotel (Київ)	Вишуканий і затишний готель для вимогливих і успішних;
Royal City Hotel (Київ)	Повноцінний відпочинок європейського рівня за доступною ціною;
SPA-HotelPromenade (Трускавець)	Чудовий карпатський колорит, безмежна свобода, абсолютна гармонія;
Royal Grand Hotel (Трускавець)	Королівський шик, цілюща сила природи;
SPA-Hotel Geneva (Трускавець)	Все, що потрібно для краси тіла, душевної гармонії і бадьорості духу;
Medical Hotel Cesar (Трускавець)	Розкішний оздоровчий європейський курорт, дивовижний сервіс, цілющі мінеральні води;
Royal Village Resort (Буковель)	Активний відпочинок, первозданна краса природи, домашній затишок;

Мережа готелів «Чорне море» — одна з перших українських мереж готелів, в управлінні якої на сьогоднішній день знаходиться вісім готелів, розташованих у м. Києві, м. Одесі та Одеській області. Станом на 01 січня 2013 року загальна кількість номерів мережі дорівнює 643 одиниці, що розраховані на 1229 місць.

Таблиця 4

Географія розповсюдження мережі «Чорне море» в Україні

Назва готелю	Адреса
«Чорне море» 3*	м. Одеса
«Чорне море» 4*	м. Одеса (ТЦ Новий Привоз)
«Чорне море» 3*	м. Одеса (Відрада)
«Жовтнева» ***	м. Одеса
«Чорне море» ***	м. Роздільна, Одеська область
«Чорне море» ***	сmt. Саврань, Одеська область
«Чорне море» ****	с. Кароліно Бугаз, Одеська область
«Чорне море» ***	м. Київ

Існування в країні такої низької кількості національних груп свідчить про нестачу досвіду побудови торгових мереж і необхідності введення

більшого капіталу. Створення таких мереж на ринку може принести переваги, пов'язані з домінуванням на ринку (рисунок 1).

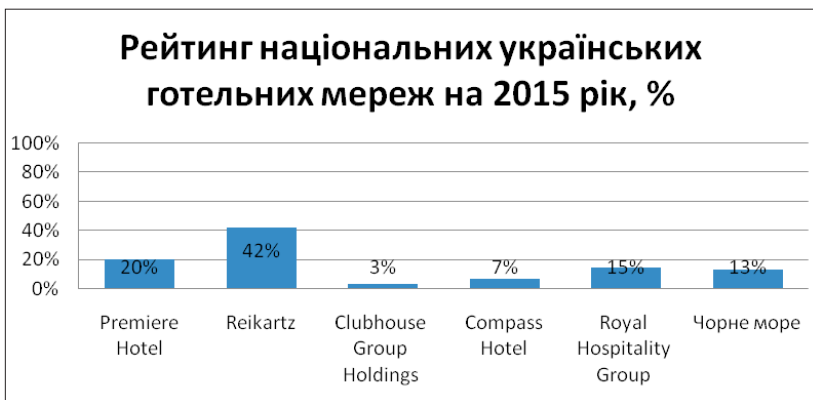


Рисунок 1. Рейтинг національних українських готельних мереж на 2015 рік, %

Роблячи висновок з досліджуваного питання, слід зазначити, що при створенні готельних мереж національні готельні оператори мають наступні проблеми та перспективи розвитку:

1. Відсутність єдиного бренду;
2. Тенденція заповнення вітчизняних ніш іноземними операторами;
3. Насичення ринку в секторі п'яти- і чотиризіркових готелів;
4. Недостатнє створення сприятливого інвестиційного клімату;
5. Безліч компаній, що пропонують зняти квартири на строк від доби, залучають клієнтів більш гнучкими ціновими параметрами.

Існують перспективні напрямки і тенденції розвитку мереж:

1. Можливість вкладення інвестицій у розвиток дво- і тризіркових мереж готелів, вартість проживання не буде більше 30–35 євро на добу;
2. Можливість модернізації існуючих готелів в єдину мережу з універсальним набором послуг.
3. Ненасичені ринки готельних послуг, можливість для українських операторів увійти на ринок і проводити політику розширення свого впливу
4. Орієнтація на інноваційні шляхи розвитку та забезпечення конкурентних переваг [5].

Підводячи підсумок, можна сказати, що поява національних готельних мереж в Україні — гарна ідея, більш того, подібні спроби робляться вже сьогодні. Розвиток українських готельних мереж означатиме перехід на принципово новий рівень у рамках участі на світовому ринку готельних послуг. Якщо раніше Україну представляла собою тільки нові ємні

ринки, то створення національної мережі може позначити нового рівноправного учасника ринку готельних послуг[1].

Створення готельної торговельної мережі гарантує впізнанність бренду, дозволяє створити єдину лінію стратегії розвитку готелю, систему управління та звітності, програму навчання персоналу.

Література

1. Білорус О.Г. Глобалізація і національна стратегія України. — К.: ВО «Батьківщина», 2011.

2. Журнал «Академія гостеприимства» [Електронний ресурс]. — Ресурс доступу: <http://www.mayger.ua/ru/analitika/potencial-gostinichnogo-rynka-ukrainy-gostinichnye-seti-v-ukraine/>

3. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент [Текст] навчальний посібник / Л.І. Нечаюк, Н.О. Нечаюк — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 348 с.

4. Офіційний сайт комітету Державної статистичної служби України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

5. Тупкало В.М., Вітавська Г.П. Стратегія розвитку готельного бізнесу в Україні // Економіка та держава. — 2007. — № 4. — С. 43–44.

6. Офіційний сайт Premiere Hotels and Resort — [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.premier-hotels.com.ua/ua/our-hotels.html>

7. Офіційний сайт Reikartz Hotel — [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.reikartz.com/ru/>

8. Офіційний сайт Royal Hospitality Group — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://rhg.com.ua/about.html>

Маркович І.Б.

к. е.н., ст. викладач

кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет

імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ ПІДХОДИ ДО ПОСИЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Сучасний світ потребує зміщення акцентів у арсеналі інструментів досягнення бажаного рівня конкурентоспроможності економічних суб'єктів та систем від володіння певним набором статичних властивостей до інноваційності та динамічності.

Такі зрушення вимагають повної перебудови принципів формування та реалізації стратегій розвитку економічних систем. Це стосується усіх рівнів — від мікрорівня до мегарівня організації глобального світопорядку.

Зупинимося детальніше на обґрунтуванні необхідності та розробці окремих заходів посилення інноваційної конкуренції на рівні підприємств.

Інноваційність та конкурентоспроможність — це взаємозалежні та взаємообумовлені поняття, адже сприйняття інновацій та інноваційний потенціал є основою можливостей утримання високого рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку. Крім того, посилення конкурентного тиску вимагає від підприємств постійного вдосконалення усіх підсистем.

Як казав Тоффлер Е. [1, с. 15], «ера Третьої хвилі історичних змін являє собою не пряме продовження індустріального суспільства, а радикальну зміну напрямку руху, відторгнення минулого. Відбувається повна трансформація такою ж мірою революційного характеру, як утвердження індустріальної цивілізації 200 років тому».

Відставання українських підприємств в інноваційній сфері від промислово розвинутих країн світу не дозволяє їм забезпечити високий рівень конкурентоспроможності, а отже, і стійкого економічного розвитку.

У світовій спільноті загальноприйнятою практикою є складання різноманітних рейтингів держав за певними критеріями, в тому числі й за тими, що характеризують інноваційність середовища функціонування підприємств та їх потенціалів. Одним з таких рейтингів є Глобальний рейтинг інноваційності.

Глобальний індекс інноваційності (The Global Innovation Index) — це глобальне дослідження і супроводжуючий його рейтинг країн світу за показником рівня розвитку інновацій. Розраховується за методикою міжнародної бізнес-школи INSEAD (Франція) з 2007 року і на даний момент представляє найбільш повний комплекс показників інноваційного розвитку різних країнах світу.

Глобальний індекс інноваційності складається з 80 різних змінних, які детально характеризують інноваційний розвиток країн світу, що знаходяться на різних рівнях економічного розвитку. Автори дослідження вважають, що успішність економіки пов'язана як з наявністю інноваційного потенціалу, так і умов для його втілення.

У 2014 році Україна посіла 64 місце за рейтингом глобального інноваційного потенціалу, значення якого досягло максимуму останніх чотирьох років і перевищує середнє значення індексу серед держав з рівнем доходу, нижчим від середнього, але все ще не відповідає середньоєвропейському рівню.

Індекс інноваційного потенціалу (Innovation Capacity Index) публікується в річному звіті Інновації для розвитку (Innovation for

Development Report), що розробляється Європейською бізнес-школою (Global Consulting Network).

Індекс інноваційного потенціалу є вимірником готовності країни та потенційних можливостей створення та сприйняття інновацій. Інноваційний потенціал є ключовим фактором залучення науки, технологій в процесі поліпшення якості життя і сприяння економічному розвитку.

Результати аналізу стали основною для розподілу країн за такими критеріями:

1. За рівнем доходу у розрахунку на особу.
2. За політичним режимом.

У табл. 1 подано розподіл країн за Індексом інноваційного потенціалу залежно від цих критеріїв.

Дослідження показують, що найбільш сприятливими для нарощення інновацій є режим демократії. Також важливим елементом зростання та реалізації інноваційного потенціалу є стимулюючий вплив внутрішньої та зовнішньої конкуренції.

Таблиця 1

Групи країн за Індексом інноваційного потенціалу відповідно до рівня доходів населення та політичного режиму

Країни з високим рівнем доходів (більше, ніж 11906 дол. США)			
Повна демократія	Неповна демократія	Гібридний режим	Авторитарний режим
Австралія Австрія Канада Данія Фінляндія Франція Німеччина Греція	Хорватія Кіпр Естонія Угорщина Ізраїль Словаччина Тайвань	Гонгконг Сінгапур	Бахрейн Кувейт Оман Саудівська Аравія Об'єднані Арабські Емірати (ОАЕ)
Країни з рівнем доходів, вищим від середнього (3856–11905 дол. США)			
Повна демократія	Неповна демократія	Гібридний режим	Авторитарний режим
Коста-Ріка Маврикій Уругвай	Аргентина Ботсвана Бразилія Болгарія Чилі Колумбія Перу Польща	Боснія та Герцоговина Російська Федерація Туреччина Венесуела	Алжир Казахстан

Продовження табл. 1

Країни з рівнем доходів, нижчим від середнього (976–3855 дол. США)			
Повна демократія	Неповна демократія	Гібридний режим	Авторитарний режим
	Болівія Сальвадор Гватемала Гондурас Індія Індонезія Україна	Еквадор Грузія Ірак Пакистан	Ангола Азербайджан Касерун Китай Єгипет Іран Нігерія
Країни з низькими доходами (менше, ніж 975 дол. США)			
Повна демократія	Неповна демократія	Гібридний режим	Авторитарний режим
		Бангладеш Ефіопія Гана Гаїті Кенія Мадагаскар Непал	Афганістан Ісламська Республіка Чад Гвінея В'єтнам Ємен Зімбабве

Джерело: складено за [2]

Отже, одним із пріоритетів будь якої держави на шляху до посилення рівня інноваційності підприємств є формування сприятливого та «спонукального до інновацій» середовища.

Література

1. Toffler A. The Third Wave / A. Toffler. — Bantam Books, USA, 1980. — 295 p.
2. The Innvation Capacity Index: Factors, Policies and Institutions Driving Country Innovation. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.slideshare.net/guest4516e9/innovation-capacity-index>

Руденок К.В.

*студентка факультета менеджмента
Белорусский государственный экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь*

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Главной проблемой инвестора на современном этапе развития экономики является определение наиболее перспективного объекта вложения средств. Процесс выбора объекта вложения сопровождается длительным анализом и оценкой всех возможных претендентов, из которых впоследствии выбирается наиболее эффективный.

В данном процессе высокую значимость играет выбор метода проведения оценки инвестиционной привлекательности предприятия, правильный выбор которого будет иметь ключевое значение при принятии решения инвестором.

В настоящее время не существует единой методики оценки инвестиционной привлекательности, которая содержала бы общепринятый перечень показателей, и позволяла однозначно охарактеризовать полученные результаты. Существующие на данный момент методики базируются на использовании различных показателей, способов анализа и интерпретации результатов. Наиболее известные из них:

1. Нормативно-правовой подход. В рамках данного метода оценка инвестиционной привлекательности осуществляется на основании нормативных документов. В них перечислены основные расчетные показатели финансовой устойчивости, ликвидности, платежеспособности и т.д. Достоинством метода является структурность выполнения оценки. Однако показатели, предлагаемые для расчета в нормативных документах, характеризуют инвестиционную привлекательность предприятия в рамках традиционного подхода её оценки, являющегося достаточно узким.

2. Метод дисконтированных денежных потоков. Данный метод основан на предположении, что инвестиционная привлекательность предприятия определяется его стоимостью, которую готов уплатить потенциальный владелец за компанию. Стоимость же компании определяется на основе прогноза денежных потоков, которые он может рассчитывать получить от её деятельности в будущем.

Достоинство метода заключается в реалистичности оценки стоимости компании, ее инвестиционной привлекательности, возможности увидеть скрытый потенциал. Однако при его использовании сложившиеся

тенденции в динамике показателей механически переносятся на прогнозный период, а принимаемые допущения носят субъективный характер, что не дает гарантии от ошибок в расчетах.

3. *Анализ факторов внешнего и внутреннего воздействия.* Данная методика предполагает построение зависимости между результатом деятельности предприятия, выражаемого системой показателей, и факторов внешнего и внутреннего воздействия.

Преимущество предложенного метода состоит в комплексном подходе к исследованию инвестиционной привлекательности предприятия, учете внутренних и внешних факторов. Однако, на отдельных этапах исследования основную роль играют экспертиза, опросы и анкетирование, что ставит конечный результат в зависимость от субъективных оценок.

4. *Семифакторная модель.* В данной методике критерием инвестиционной привлекательности предприятия выступает рентабельность активов, которая формируется под действием следующих показателей: прибыль от продаж продукции, выручка от реализации продукции, оборотные активы, краткосрочные обязательства, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, заемный капитал, активы [1].

Данная методика позволяет математически точно определить показатель, который служит критерием оценки уровня инвестиционной привлекательности, однако она учитывает лишь внутренние показатели деятельности предприятия, исследует только финансовую сторону.

5. *Интегральная оценка на основе внутренних показателей.* Данный метод основан на использовании относительных внутренних показателей деятельности предприятия, влияющих на его инвестиционную привлекательность и сгруппированных в блоки: показатели эффективности использования основных и материальных оборотных средств, финансового состояния, использования трудовых ресурсов, инвестиционной деятельности, эффективности хозяйственной деятельности. По каждому из блоков производятся расчеты, сводящиеся к интегральному показателю [2].

Достоинством методики является ее объективность, а также сведение всех расчетов к окончательному интегральному показателю, что значительно упрощает интерпретацию результатов. К негативным моментам можно отнести, в первую очередь, ориентированность методики только на внутренние показатели деятельности предприятия, изолированность её от внешних индикаторов.

6. *Комплексная оценка.* Метод заключается в анализе внутренних и внешних факторов деятельности предприятия и их сведению к единому интегральному показателю (характеризующему инвестиционную привлекательность организации) и объединяет 3 раздела — общий (оценку положения на рынке, деловой репутации, зависимости от крупных поставщиков и покупателей, уровня руководства, анализ стратегической

эффективности предприятия), специальный (оценку общей эффективности; операционной, финансовой, инновационно-инвестиционной активности) и контрольный (расчет итогового коэффициента инвестиционной привлекательности, по которому и делается окончательный вывод).

К преимуществам данного метода можно отнести комплексный подход, охват большой совокупности показателей и коэффициентов, сведение расчетов к единому интегральному показателю. Недостатком является присутствующий эффект субъективизма, который проявляется во время выставления экспертами оценок.

Каждый из перечисленных методов имеет свои достоинства и недостатки и, соответственно, область возможного применения. Для решения практической задачи оценки инвестиционной привлекательности ОАО «Беларуськалий» и выбора наиболее подходящей для этой цели оценки, нами был выполнен сравнительный анализ рассмотренных выше методик, результаты которого представлены в таблице.

Таблица

Сравнительный анализ применяемых методик оценки инвестиционной привлекательности

Методика	Критерии сравнения								Область применения
	Фактор времени	Удельный вес показателей	Развернутость выводов	Большой объем данных	Независимость от экспертов	Границы колебания обобщающего показателя	Особенности отдельных показателей	Определенный состав показателей	
Нормативно-правовой подход	+	-	-	-	+	-	+	+	При исследовании инвестиционной привлекательности инновационных проектов. А также для оценки предприятия при проведении процедуры банкротства.
Метод дисконтированных денежных потоков	+	-	-	-	-	-	+	+	При оценке стоимости предприятия имеющего длительную историю хозяйственной деятельности.
Анализ факторов внешнего и внутреннего воздействия	+	+	+	+	-	-	+	+	При оценке предприятия для всестороннего анализа его деятельности

Продолжение таблицы

Семифакторная модель	+	+	-	-	+	+	-	+	При прогнозировании вероятности банкротства организации. При проведении экспресс-анализа.
Интегральная оценка внутренних показателей	-	-	-	-	+	+	-	+	При оценке внутренней стоимости предприятия.
Комплексная оценка	-	-	-	+	-	+	-	+	При оценке предприятия для всестороннего анализа его деятельности

Примечание — Источник: собственная разработка.

Из таблицы видно, что ни одна из рассматриваемых методик не охватывает все критерии оценки. Выбор той или иной методики целесообразно осуществлять с учетом конкретной области применения и факторов, которые необходимо включить в оценку.

Так, для анализа инвестиционной привлекательности ОАО «Беларуськалий» был выбран метод анализа факторов внешнего и внутреннего воздействия, который позволил включить в рассмотрение инвестиционной привлекательности предприятия следующие составляющие: инвестиционная привлекательность территории Республики Беларусь (выраженная через следующие факторы: уровень экономического роста, размеры внешнего долга, сила валюты, уровень внутренних накоплений), инвестиционная привлекательность вида деятельности (размеры рынка, текущее развитие отрасли, численность занятых в отрасли) и инвестиционная привлекательность предприятия (финансовое положение, производственный потенциал, качество менеджмента); и, на основе выявления положительного и отрицательного влияния отдельных факторов, получить наиболее адекватную оценку инвестиционной привлекательности предприятия.

Литература

1. Бадюкина Е.А., Швецова И.Н. Оценка инвестиционной привлекательности организаций промышленности / Е.А. Бадюкина, И.Н. Швецова // Управленческий учет. — 2011. — № 9. — С. 65–7.

2. Джурабаева, Г.К. Методология оценки инвестиционной привлекательности промышленного предприятия / Г.К. Джурабаева // Известия УГЭУ. — 2005. — № 10. — С. 64–72.

Стахів О.А.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства
Національний університет водного господарства та
природокористування
м. Рівне, Україна*

Адамчук Т.Л.

*асистент кафедри економіки підприємства
Національний університет водного господарства та
природокористування
м. Рівне, Україна*

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Сільське господарство відіграє важливу роль, як каталізатор розвитку ринкової економіки. В подальшій перспективі воно може стати одним з головних джерел експорту. Цьому сприяють і великі масштаби сільськогосподарського землекористування і родючі землі. У поєднанні з працьовитістю українського народу це виводить Україну на одне з провідних місць за аграрним потенціалом, що може істотно збільшити свій експортний потенціал.

Купуючи той чи інший продукт, ми завжди прагнемо бути впевненими, що він екологічно чистий, тобто, що в цьому продукті є тільки ті речовини, які притаманні йому від природи, і немає таких, які потрапили до нього ззовні, «штучним шляхом». Сільське господарство зараз у важкому як в економічному, так і в екологічному стані. Погіршення екологічного стану у головній галузі агробізнесу відбувається внаслідок збільшення використання мінеральних добрив, отрутохімікатів, порушення основних законів агротехніки. Усе це супроводжується руйнуванням ґрунтового покриву та порушенням екологічного стану ґрунту.

Безконтрольне, ненаукове втручання в екосистему у процесі сільськогосподарських робіт призвело до значного зниження відновлюючих функцій біосфери, негативно вплинуло на клімато-водорегулюючу роль лісів, водність річок, гідрологію аграрних територій. У підсумку все це має негативний вплив на обсяги та ефективність сільськогосподарського виробництва.

Екологізація сільськогосподарського підприємництва у глобальному розумінні передбачає всі види підприємницької діяльності і заходи, спрямовані на зниження та ліквідацію негативного антропогенного впливу на

довкілля, збереження, покращання та раціональне використання природно-ресурсного потенціалу України.

До цих заходів відносяться [1]:

- виведення з сільськогосподарського обігу радіоактивно та промислово забруднених земель;
- повернення на поля змитого гумусового шару землі;
- відновлення гумусового шару ґрунтів за рахунок внесення органічних добрив;
- запровадження екологічно чистих технологій в сільськогосподарське виробництво (відмова від використання штучних стимуляторів росту, отрутохімікатів тощо);
- розробка наскрізних технологічних процесів з використанням решток сільськогосподарського виробництва, придатних для промислової переробки з метою одержання необхідної продукції;
- впровадження безстічної системи водокористування суб'єктами підприємницької діяльності (агробізнесу) шляхом створення систем оборотного водозабезпечення, що призведе до запобігання скидання стічних вод у природні водойми;
- підвищення родючості ґрунтів за рахунок біоконверсії гумусу, яка пов'язана з використанням дощових черв'яків. Встановлено тісну кореляцію між вмістом у землі черв'яків та її родючістю. Дощові черв'яки спроможні перетворити у родючі ґрунти навіть сипучі піски. Слід зауважити, що якщо органічні добрива стимулюють роботу черв'яків, то пестициди – знищують творців родючості;
- зменшення контурності полів;
- розширення масштабів використання екологічно чистих органічних, бактеріальних та інших добрив;
- поширення застосування хімічної, лісо-, та фітомеліорації.

До основних функцій екологізації агробізнесу належать: відтворювальні, просторові, соціально-економічні.

В основі відтворювальної функції лежить можливість створення оптимальних умов для відтворення природно-ресурсного потенціалу з метою ефективного його використання майбутніми поколіннями.

Просторові функції визначаються створенням науково-обґрунтованої системи екологічного районування, складанням екологічних схем екологізації, з'ясуванням відмінностей у середині еколого-господарчих районів.

Соціально-економічні функції екологізації зумовлюються всеохоплюючим екологічним вихованням, формуванням культури виробництва, збереженням ефективного генетичного фонду населення та іншими чинниками.

Погіршення екологічного стану у кожній галузі сільськогосподарського підприємництва (агробізнесу) відбувається внаслідок збільшення використання мінеральних добрив, отрутохімікатів, порушення технологій вирощування сільськогосподарських культур тощо.

На сучасному етапі розвитку сільськогосподарського підприємництва важливим є розробка і впровадження економічних механізмів відтворення і охорони навколишнього середовища, які можна об'єднати в такі групи:

1. Прямі субсидії для наукових розробок розв'язання екологічних проблем сільськогосподарського підприємництва. Особливостями цього напрямку є, по-перше, конкурсний характер фінансування пошукових робіт; по-друге, фінансування конкретних проектів; по-третє, учасниками конкурсу можуть бути будь-які фізичні чи юридичні особи, колективи або організації незалежно від форм їх власності або місця в економічних структурах.

2. Система економічних пільг за екологічно чисте виробництво й продукцію (пільговий кредит, оподаткування). Цей напрям почав розвиватися з формування ринкового механізму економіки. Відповідно з ним повністю звільняється від податку на прибуток, податку на додану вартість та інших видів податків ті підприємства, які реалізують екологічно чисті товари та послуги, є пільгові умови кредитування екологічної діяльності.

3. Переорієнтація структур сільськогосподарського підприємництва у напрямку оптимального розв'язання екологічних проблем. В останні роки розрив зв'язків між суб'єктами сільськогосподарського підприємництва в середині галузі та регіонів призвів до того, що розвиток цього напрямку екологічної структуризації практично було припинено. Проте виникли умови для формування пріоритетних «ніш» екологічно орієнтованого господарювання. Їх почали «освоювати» малі підприємства, які займаються переробкою відходів, будівництвом очисних споруд, науковим обслуговуванням тощо.

4. Утворення системи страхових екологічних фондів для попередження надзвичайних екологічних ситуацій і ліквідації можливих наслідків їх. Ця система є особливим видом екологічно спрямованої діяльності, становлення якої відбувається одночасно з роботою з прогнозування надзвичайних ситуацій, розробкою системи перспективних заходів і науковим обґрунтуванням витрат на попередження названих явищ і ліквідацію можливих наслідків.

5. Система екологічних штрафів за порушення природоохоронного законодавства. Останніми роками процес встановлення штрафних санкцій одержав науково обґрунтовану систему методик і нормативів. Раніше розміри збитків, що склали основу штрафів, розраховувалися, в основному, спеціальними комісіями, прямим рахунком натуральних витрат.

Хоч система штрафів діє давно, її стимулюючий вплив на дотримання законів досить слабкий тому, що порушник несе відповідальності за останнє порушення, яке було розкрито. За всі інші невиявлені викиди, що відбувалися раніше, ніяких санкцій застосовувати не можливо.

6. Система екологічних податків викликає найбільший інтерес за масштабами використання в національній економіці та одержаними результатами. Для підприємства визначаються абсолютні максимальні межі викидів і відповідно до цього встановлюються розміри податків. Такі механізми домінують у політиці екологізації виробництва у багатьох країнах з ринковою економікою. Екологічні податки — це не тільки просте стягнення грошей, але й стимул для впровадження у виробництво новітніх екологічно чистих технологій.

7. Система платежів за використання природних ресурсів. Відповідно до основ земельного законодавства й основних положень Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища» використання природних ресурсів здійснюється на платній основі шляхом встановлення договірних відносин з природокористувачами. Плата за використання природних ресурсів є елементом єдиної цінової та податкової політики держави. Аналогів подібній системі плати за використання природних ресурсів у більшості країн немає. Виняток становлять Норвегія, Франція, Німеччина.

В основі концептуальних положень платного природокористування лежить різноманітність форм власності на природні ресурси.

В сільськогосподарському підприємстві впровадження економічних механізмів у процес екологізації виробництва має спонукати підприємців до запровадження природоохоронних технологій у виробничу практику. Важливо визначити, як саме і які інструменти здатні спонукати до створення і запровадження новітніх технологій. Це можливо лише тоді, коли вдається при тих же видатках домогтись більш значного зменшення викидів.

Якщо суб'єкти сільськогосподарського підприємства діють в розріз із податковою політикою держави, яка пропонує їм максимальні розміри викидів, то вони мають шукати нові засоби, за допомогою яких ці суб'єкти змогли б витримати граничні межі при менших витратах.

Процес екологізації агробізнесу можливий при створенні передумов культури рільництва, обмеженні чи повній заміні хімізації, деяких видів меліорації земель; оптимальній концентрації тваринницьких комплексів та екологічній бездоганності їх; створенні екологічно ефективної нової техніки; підтримання відповідного стану аграрного потенціалу.

Література

1. Гордійчук А.С. Економіка сільськогосподарського підприємства. Навчальний посібник /А.С.Гордійчук, О.А. Стахів — Рівне: НУВГП, 2009. — С. 315–320.

Тігарєва В. А.

*здобувач кафедри менеджменту та маркетингу
Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова
м. Одеса, Україна*

ОГЛЯД МЕТОДОЛОГІЇ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ARIS

Методологія ARIS (Architecture of Integrated Information Systems) та однойменне інструментальне середовище представляють собою комплекс засобів аналізу та моделювання діяльності підприємства, а також розробки автоматизованих інформаційних систем [1].

Розробником методологія ARIS (Architecture of Integrated Information Systems) та однойменного інструментального середовища є німецьке підприємство IDS Prof. Scheer і зокрема, професор А. — В. Шєєр [1; 2, 137].

При використанні методології ARIS створюються моделі, які являють собою документовано сукупність знань про:

- систему управління;
- організаційну структуру;
- процеси і послідовність їх виконання;
- взаємодію між організацією і суб'єктами ринку;
- склад і структуру документів;
- посадові інструкції відділів і працівників [3].

Використання ARIS передбачає зберігання всієї інформації в єдиному репозиторії, що забезпечує цілісність і несуперечливість процесу моделювання і аналізу, дозволяє здійснити верифікацію моделі [2, 137].

ARIS розглядає будь-яку організацію як єдину систему для опису якої використовуються чотири основні групи моделей:

- моделі організаційної структури;
- моделі даних (потоків і структура);
- моделі функцій (функціональні ієрархії);
- моделі контролю і керування (зведені моделі бізнес-процесів).

Варто зазначити, що кожна з цих груп розподіляється ще на три рівня: опис вимог, опис специфікації, опис впровадження [4; 2, 137].

Методологія не визначає послідовність розробки основних груп моделей. Інструментальне середовище ARIS підтримує функцію одночасного використання багатьма користувачами, що дозволяє розпочати процес аналізу і проектування з будь-якої групи моделей або працювати над різними групами одночасно. Порядок розробки залежить від конкретних умов і цілей, які визначаються розробниками [4].

Загалом методологія пропонує використання близько 80 типів моделей для опису бізнес-процесів, але на практиці використовуються три основних нотації:

- метод опису процесів (Event–Driven Process Chain, EPC);
- метод сутність-зв'язок для опису структури даних (Entity Relationship Model, ERM);
- уніфікована мова моделювання UML [2, 138].

Нотація ARIS Extended Event Driven Proce-Chain (eEPC) є розширеною нотацією опису ланцюжка процесу, який керують події. По суті, ця нотація є розширеною, за допомогою введення поняття подія (Event), методології [2, 138].

Серед основних об'єктів, які використовуються в рамках нотації:

- функція (Function) використовується для опису функцій (процедур, робіт), які виконуються підрозділами або окремим співробітниками підприємства;
- подія (Event) слугує для опису реальних станів системи, які мають вплив і керують виконанням функцій;
- організаційна одиниця (Organizational Unit) позначає різні організаційні ланки підприємства;
- документ (Document) – реальний носій інформації;
- кластер інформації (Cluster) використовується для створення моделей даних, характеризує дані як набір сутностей і зв'язків між ними;
- стрілка зв'язку між об'єктами демонструє тип стосунків між різними об'єктами;
- оператори логічне «І» («AND»), логічне «АБО» («OR»), логічне виключне «АБО» («OR») визначають зв'язки між подіями і функціями в рамках процесу.

Згідно нотації eEPC кожна функція має бути ініційована подією і має завершатись подією; в кожную функцію може входити не більше однієї стрілки, яка ініціює виконання функції і виходити може не більше однієї стрілки, яка описує завершення виконання функції [2, 137].

До складу однойменного програмного продукту ARIS входять наступні модулі:

- ARIS Toolset – базове інструментальне середовище;
- ARIS Easy Design – спрощена середа моделювання;
- ARIS Simulation – модуль динамічного імітаційного моделювання;
- ARIS Link for R/3 – модуль, який забезпечує інтеграцію з репозиторієм R/3;
- ARIS Analyzer for R/3 – модуль перевірки створюваних моделей на відповідність методології SAP;
- ARIS Promt – модуль вартісного аналізу;

- додаткові модулі-інтерфейси, які забезпечують інтеграцію з системами Microsoft Project, ER/win, Designer/2000, IBM Flowmark, Staffware [4].

Відповідно досліджень [2,3,4], перед впровадженням ARIS необхідно обов'язково провести ґрунтовну проектно-аналітичну роботу. Методологія достатньо формалізована і специфікована, але простого слідування алгоритмам в даному разі не достатньо, бажаний економічний ефект не буде досягнутий.

Важливими перевагами методології ARIS є можливість розробляти одну і ту саму модель за допомогою різних методологій. Це дає змогу користувачам з різним рівнем знань налаштовувати ARIS на роботу з системами, які мають певну специфіку.

Крім того, важливим є той аспект, що методологія ARIS дозволяє розглянути будь-яку сторону системи достатньо уважно, не відволікаючись на зв'язок з іншими сторонами. Після детального розгляду всіх елементів моделі, можна приступати до створення інтегрованої моделі на якій будуть відображені всі існуючі зв'язки між елементами системи [1, 3, 4].

Література

1. Sheer, A. ARIS-Business Process Modelling – Springer-Verlag, Berlin, 1998.
2. Кулябов Д.С. Введение в формальные методы описания бизнес-процессов: [учеб. пособ.] / Кулябов Д.С., Королькова А.В. – М.: РУДН, 2008. – 173 с., илл.
3. ARIS – некоторые аспекты использования [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://citcity.ru/11223/>
4. ARIS – основы теории [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://citforum.ru/seminars/cis99/vest_03.shtml

Ткач Іван Валентинович

*старший викладач кафедри обліку, аналізу та аудиту в АПК
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

ЕТАПИ ЗДІЙСНЕННЯ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ КАПІТАЛЬНИХ ВКЛАДЕНЬ ЕНЕРГОПОСТАЧАЛЬНИХ КОМПАНІЙ

Розроблення моделі внутрішньогосподарського контролю капітальних вкладень в енергопостачальних компаніях повинна здійснюватись із врахуванням специфіки їх діяльності. Пропонуємо виокремити чотири етапи здійснення капітальних вкладень енергопостачальних компаній.

На попередньому етапі необхідно виявити дефекти електромереж, оцінити їх критичність та встановити необхідність їх заміни (модернізації). За результатами оглядів електромереж та трансформаторних підстанцій складаються відомості дефектів, дані за якими узагальнюються в реєстрі дефектів. На підставі реєстру дефектів складається план по здійсненню капітальних вкладень в електромережі. Адже енергопостачальні компанії мають зобов'язання перед державою щодо проведених капітальних вкладень в розвиток електромереж.

Таким чином, на попередньому етапі здійснення капітальних вкладень на підставі відомостей дефектів та інших інвестиційних зобов'язань енергопостачальні компанії складають та затверджують в Національній комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг Інвестиційну програму.

Разом з цим, енергопостачальні компанії отримують заявки на приєднання нових споживачів. Приєднання споживачів, як правило, потребує поліпшення існуючих мереж та трансформаторних підстанцій, що фінансується за рахунок нових споживачів.

На підготовчому етапі здійснення капітальних вкладень розробляється проектно-кошторисна документація на здійснення капітальних вкладень, проводяться тендери та підписуються договори підяду на здійснення будівельно-монтажних робіт, здійснюється закупівля матеріалів та обладнання для здійснення капітальних вкладень.

На етапі безпосереднього здійснення капітальних вкладень проводиться демонтаж застарілих та пошкоджених електромереж, будівельно-монтажні роботи із спорудження нових ліній електропередач та трансформаторних підстанцій. Під час здійснення будівельно-монтажних робіт відбувається значна кількість операцій із матеріальними ресурсами (переміщення між різними матеріально-відповідальними особами, передача підряднику, списання на спорудження об'єкта, тощо); ці операції потребують ретельного контролю, оскільки під час них можуть здійснюватися певні зловживання. Ще одним важливим об'єктом контролю під час здійснення будівельно-монтажних робіт є використання будівельних машин та механізмів, адже на роботу техніки списується паливо-мастильні матеріали, вартість яких останнім часом значно виросла. Не менш важливим об'єктом контролю є заробітна плата працівників, зайнятих будівельно-монтажними роботами.

На завершальному етапі капітальних вкладень здійснюються пусканалагоджувальні роботи та введення в експлуатацію об'єктів основних засобів. Етапи здійснення капітальних вкладень зображено на рис. 1.

Отже, методика та організація внутрішньогосподарського контролю капітальних вкладень в енергопостачальних компаніях безпосередньо залежить від етапів здійснення капітальних вкладень.

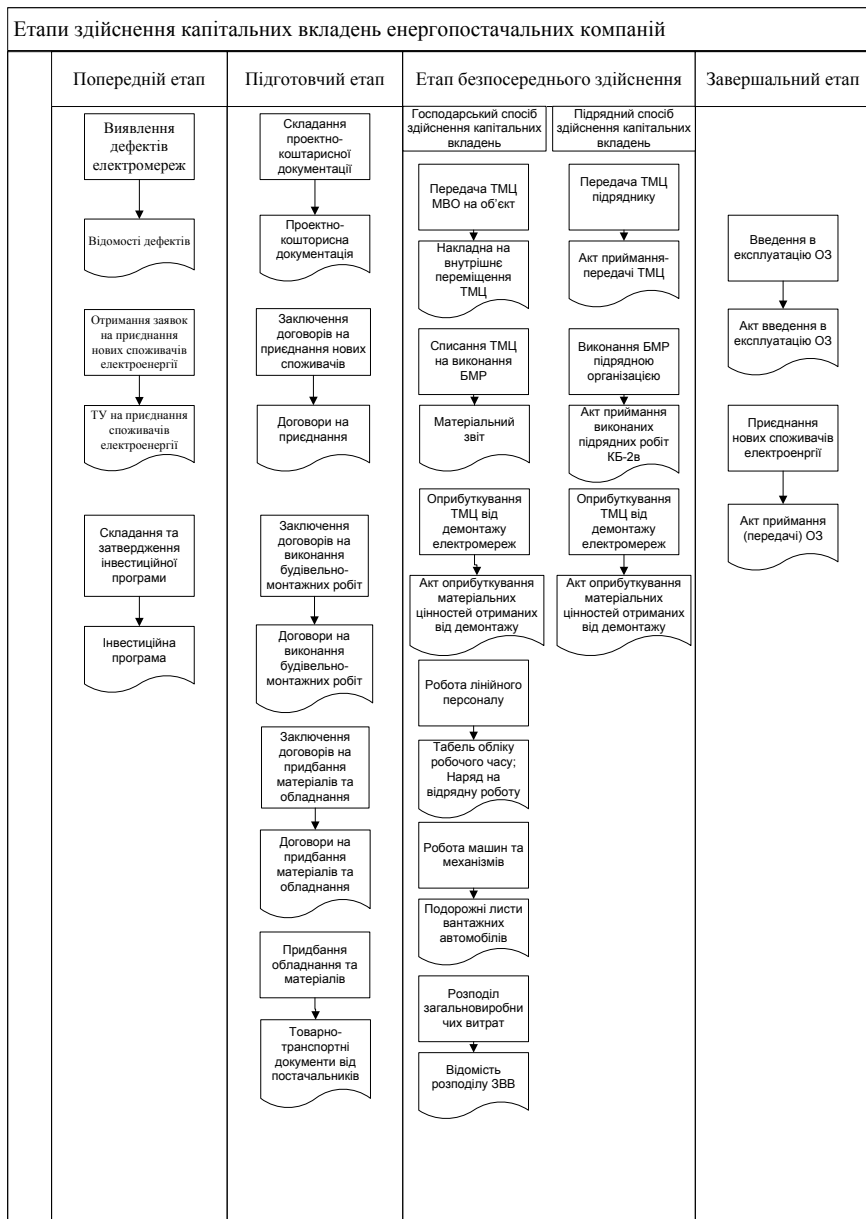


Рис. 1. Етапи здійснення капітальних вкладень в енергопостачальних компаніях

Секція 7: ЕКОНОМІКА ПРАЦІ Й УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Кириченко Т.О.

*здобувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
та євроінтеграції
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ЗАЙНЯТОСТІ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ

Забезпечення сталого економічного розвитку АПК неможливе без пильної уваги до проблеми підвищення ефективності формування, використання, розвитку і збереження трудового потенціалу. Людський фактор завжди був і залишається головним чинником розвитку як сільсько-господарського, так і будь-якої сфери іншого суспільного виробництва і повинен являтися однією із стратегічних цілей політики держави.

За рівнем розвитку людського капіталу Україна відстає від розвинених країн — за індексом людського розвитку відповідно до доповіді Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй про розвиток людини — серед 187 країн світу вона знаходилася на 76 місці в 2011 році, на 83 місці — в 2014 році. Зазвичай, такими показниками, що впливають на зменшення вказаної цифри є такі показники, як тривалість та рівень життя. В той же час підтримує і стабілізує ситуацію рівень освіти.

Низький рівень розвитку людського потенціалу взагалі, та людського потенціалу в сільському господарстві зокрема, призводить до певних негативних наслідків, серед яких відокремлюють такі як: нераціональна демографічна структура, погіршення якісних характеристик людського капіталу, збільшення рівня смертності та зменшення рівня народжуваності, неналежний рівень оплати праці. При подальшому зниженні рівня розвитку людського капіталу можливе погіршення вказаних показників та водночас і можливе посилення гендерної нерівності, фемінізація бідності.

53,8% населення України становлять жінки, в той же час не існує паритету в умовах діяльності жінок та чоловіків більшості сфер життєдіяльності суспільства. Слід зазначити, що внесок жінок в економічну діяльність набагато нижче свого потенціалу. Горизонтальна і вертикальна гендерна професійна сегрегація щодо зайнятості жінок спостерігається

на ринку праці з зосередженням в низькооплачуваних секторах економіки і з обмеженим доступом до керівні посади в усіх секторах економіки. За даними офіційної статистики, рівень економічної активності жінок у працездатному віці залишається низьким (68,7%), порівняно з чоловічим (77,2%), хоча рівень безробіття вищий серед чоловіків працездатного віку, ніж серед жінок: 8,9% порівняно з 7,2% були безробітними (у відсотках до економічно активного населення в тій же віковій групі). Серед офіційно зареєстрованих безробітних, частка жінок склала 41%.

Найбільш відчутна гендерна нерівність у сферах праці та зайнятості. Серед безробітних, які мають вищу освіту, — 70% жінок. Зарплата жінок у середньому по країні не перевищує 77,6% заробітної платні чоловіків, 38% приватних підприємців становлять жінки. Згідно щорічного звіту всесвітнього економічного форуму, за індексом гендерної нерівності Україна посіла 56 місце з 142 країн.

Аналізуючи гендерні проблеми в сільському господарстві України, слід зазначити, що у консервативніших сільських районах жінки зазнають статевої дискримінації, оскільки їх часто першими звільняють при зниженні ділової активності підприємств, зменшенні обсягів виробництва. Історично склалося так, що жінки в Україні працюють поза своїми домогосподарствами і водночас піклуються про свої родини, виконують усі домашні обов'язки. У більшості видах сільськогосподарської діяльності, в малих сімейних господарствах жінки нарівні з чоловіками, але мають при цьому додаткові обов'язки щодо догляду за дітьми, ведення домашнього господарства та догляду за худобою. З огляду на ці обов'язки жінки в сільській місцевості перебувають у більшій соціальній ізоляції, ніж чоловіки, меншою є вірогідність того, що вони зможуть вчитися в містах внаслідок відсутності можливості залишити з кимось дітей, поганого транспортного сполучення, наявності інших домашніх обов'язків.

Можна виділити ряд факторів, що підсилюють економічну уразливість жінок:

- дефіцит часу за рахунок зайнятості домашньою працею, що не оплачується, різко скорочує можливості жінок реагувати на економічні стимули та приймати участь в ринковій господарській діяльності. Скорочення кількості робочих місць в сільській місцевості, низько прибутковість сільського господарства привели до збільшення значущості особистих підсобних господарств в забезпеченні сімей. В цій ситуації збільшилась зайнятість жінок домашньою сільською працею.
- сільськогосподарська діяльність передбачає значну зайнятість жінок. Але при цьому значна кількість жінок зайнята на малокваліфікованих роботах з низьким рівнем заробітної плати.

- низька оплата праці не стимулює жінок сільських місцевостей до виходу на ринок праці.
- на погіршення становища жінок вплинуло також скорочення соціальних послуг, зокрема відсутність в більшості сіл дитячих садків, медичних закладів, скорочення кількості шкіл.

Досягнення гендерної рівності та поліпшення статусу жінок відповідає цілям сталого людського розвитку. Зміни у становищі жінок в Україні можливі лише за умови послідовної державної гендерної політики в даній сфері. Стратегічний підхід в управлінні людським капіталом, наявність інвестицій та поступові кроки в реформі освіти та охорони здоров'я які розпочаті в державі, підвищення рівня професійної підготовки, стимулювання зайнятості населення, розширення можливостей людей здійснювати свій вибір у політичній, соціальній та економічній сферах, передусім тих груп населення (жінки), які з різних причин мали обмежені можливості, соціально-орієнтована аграрна політика держави та підтримка аграрного сектора в цілому, забезпечать належний рівень розвитку людського капіталу як усїєї країни, так і агропромислового комплексу зокрема.

Література

1. Гендерні дослідження в Україні – [Електронний ресурс] <http://www.genderstudiesukraine.org/ukr/frauenforschungukraine.html>
2. Закон України про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків – [Електронний ресурс] <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2866-15>
3. Земзюліна Н.І. Теоретико-методологічні та соціокультурні засади гендерної політики: світовий та вітчизняний досвід (навчально-методичний посібник). – Черкаси, 2011. – 80 с.
4. Михайлова Л.І. Людський капітал: формування та розвиток в сільських регіонах. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 388 с.
5. Розширення прав та можливостей сільських жінок: розробка гендерно-чутливого законодавства та національних програм / ІКЖЦ-К., ФОП Москаленко О.М., 2013. – 64 с.

Левченко А.С.

к.э.н., доцент кафедры экономики и организации производства

Королева Н.В.

к.э.н., доцент кафедры экономики и организации производства

Семернина О.К.

студент

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова
г. Белгород, Россия*

КОУЧИНГ КАК НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ И ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

Если нет дальнейшего роста, значит, близок закат.

Сенека

Наш мир достаточно быстро меняется. Появляются новые технологии, новые продукты, услуги, изделия. Рынок находится в непрерывном движении. Объем информации растет непрерывно. В этих условиях российским предпринимателям приходится вести свой бизнес.

Если обратиться к определению «предпринимательская деятельность», то это «деятельность, ведущаяся на свой страх и риск с целью извлечения прибыли». Именно «свой страх и риск» побуждают руководителей искать эффективные решения, осваивать иные технологии, методы и подходы, вносить изменения в структуру и деятельность своих организаций и предприятий.

Необходимость учета человеческого фактора в работе возникла в связи с усложнением производства и усилением конкурентной борьбы. Именно поэтому в области управления персоналом появилось много различных технологий, позволяющих более успешно руководить людьми. Всевозможные аттестации, управление по целям, мероприятия, направленные на развитие корпоративной культуры и поддержание корпоративного духа, тренинги, коучинг, действия, призванные ускорить адаптацию вновь поступающих сотрудников, работа с резервом — это далеко не полный перечень того, что осуществляется в современной организации.

В мире существенно обострилась конкуренция, и новой областью конкурентной борьбы стал интеллект, неосязаемые активы и, конечно, люди. Люди делают организацию, продукты и услуги уникальными. От качества руководства людьми, эффективности организации технологических процессов зависит конечный успех всего предприятия.

Одним из основных инструментов «выживания» организации является инвестирование в людей, т.е. привлечение специалистов со стороны

или обучение и повышение квалификации собственного персонала. В связи с большой неопределенностью человеческого фактора риск таких вложений весьма велик (обучатся и уйдут). Однако привлекательность такого подхода очень высока: без затрат на переоборудование, приобретение технических средств, расширение офисных, производственных или торговых площадей можно значительно повысить производительность предприятия.

Все мероприятия, проводимые с людьми, условно можно разделить на две категории: направленные на стимулирование собственной активности сотрудника и пассивное овладение сотрудником навыками, необходимыми для успешной работы в организации [1].

В настоящее время в сфере управления используются различные способы и подходы. И одним из самых новых, объединяющих в себе различные методики и техники, дающим новые возможности, признан коучинг — важный инструмент влияния на результаты деятельности отдельных людей и организации в целом. Современное управление в стиле коучинга — это взгляд на сотрудников как на огромный дополнительный ресурс предприятия, где каждый сотрудник является уникальной творческой личностью, способной самостоятельно решать многие задачи, проявлять инициативу, делать выбор, брать на себя ответственность и принимать решения.

В настоящее время тема коучинга стала одной из самых востребованных в области менеджмента и консалтинга. По мнению европейских специалистов, это один из эффективных методов в менеджменте. Большинство коуч-консультантов определяют его не только как метод непосредственного обучения, но и как философию, систему технологий и методов, направленных на постановку и максимально быстрое достижение целей.

Коучинг как новая форма консультационной поддержки появился в начале 1980-х годов. Сначала под этим термином понималась особая форма тренировки спортсменов, претендующих на выдающиеся результаты. Затем коучинг приобрел популярность среди успешных и начинающих бизнесменов, политиков, общественных деятелей и звезд шоу-бизнеса в качестве эффективной методики достижения серьезных личных целей. В 1980-х годах коучинг начал играть важную роль в бизнесе, но долгое время был привилегией лишь руководителей высшего уровня. Вскоре об эффективности коучинга стало известно во всем мире.

Коучинг — это индивидуальная тренировка человека для достижения значимых для него целей, повышения эффективности планирования, мобилизации внутреннего потенциала, развития необходимых способностей и навыков, освоения передовых стратегий получения результата.

Эта методика предназначена для расширения возможностей людей, осознавших потребность в изменениях и ставящих перед собой задачи

професійного і особистого зростання. Вона може бути направлена на реалізацію планів в самих різних областях життя: бізнесі, кар'єрі, освіті, міжособистісних стосунках і сім'ї.

Всі використовувані в коучингу методи направлені, головним чином, на те, щоб зосередити увагу людини на цілеспрямованій дії і побудити її виконати дію, отримавши від цього задоволення.

Якщо коротко охарактеризувати сфери застосування коучингу, то можна сказати, що особистий коучинг допомагає: визначати цілі і оптимальні кроки їх досягнення; підвищувати самостійність і відповідальність консультуваного; отримувати задоволення від своєї діяльності; навчатися знаходити нові шляхи ефективного співробітництва; швидко приймати потрібні рішення в складних ситуаціях; узгоджувати індивідуальні цілі з цілями організації; робити свою життя більш багатим; відкривати нові можливості; більше заробляти і менше витратити; збагачувати життя новими продуктивними особистими стосунками.

Термін стає все більш популярним, але його однозначне розуміння в Росії до сих пір не сформувалося. Існує поширене думка, що коучинг — це звичайний тренінг або психотерапія, наставництво, названі гучним західним словом в дану моду, щоб «підняти цінність». Коучинг (англ. *coaching* — навчання, тренування) — метод консалтингу і тренінгу. Основне відміння коучингу від класических консалтингу і тренінгу відзначається тим, що коуч не дає порад і жорстких рекомендацій, а шукає рішення разом з клієнтом. Від психологічного консультування коучинг відрізняється спрямованістю мотивації. Робота з коучем передбачає досягнення певної цілі, нових, позитивно сформульованих результатів в житті і роботі.

Існує багато визначень коучингу. Найбільш поширеними є наступні: 1) коучинг — мистецтво створення (з допомогою бесіди і поведінки) середовища, яке полегшує рух людини до бажаних цілей, так, щоб воно приносило задоволення; 2) коучинг — мистецтво сприяти підвищенню результативності, навчанню і розвитку людини.

Натомість складившійся міф, слово «коуч» — далеко не нове. Воно має угорське походження, і закріпилося в Англії в XVI столітті. Значило воно тоді не щось інше, як карету, возок. Тут розглядається одне з глибоких аналогій терміна — «то, що швидко доставляє до цілі і допомагає рухатися в шляху». Пізніше, в другій половині XIX ст., англійські студенти називали цим терміном приватних репетиторів. В початку 90-х гг. XIX ст. це слово надійшло в спортивний словник як назва спортивного тренера, а потім стало використовуватися для позначення будь-якої діяльності, пов'язаної з наставництвом,

инструктированием и консультированием. В 80-х гг. XX в. коучинг официально признали в бизнесе. В настоящее время существует порядка 50 школ и около 500 видов коучинга, начиная от VIP-коучинга и заканчивая социальной работой. Считается, что как отдельная профессия коучинг окончательно сформировался в начале 90-х гг. XX в. В настоящее время коучинг продолжает развиваться и совершенствоваться, завоевывая новые области применения.

В развитие теории коучинга внесли вклад многие теоретики и практики психологии. Тимоти Голви (*W. Timothy Gallwey*) — автор концепции внутренней игры, лежащей в основе коучинга. Впервые концепция была изложена в книге «Внутренняя игра в теннис» (*The Inner Game of Tennis*), изданной в 1974 г. Суть концепции Голви состоит в том, что внутренний «противник в голове» спортсмена гораздо опаснее реального соперника. Голви утверждает, что если коуч поможет игроку устранить (смягчить) внутренние препятствия, это позволит игроку научиться самостоятельно достигать эффективности, и потребность в технических советах тренера отпадет. Автор книги «Коучинг высокой эффективности» (1992 г.) Джон Уитмор (*John Whitmore*) развил идеи коучинга Голви применительно к бизнесу и менеджменту [2]. Томас Дж. Леонард (*Thomas J. Leonard*) основал Университет коучей (*Coach University — www.coachu.com*), Международную Федерацию Коучей, Международную ассоциацию сертифицированных коучей (*International Association of Certified Coaches — IAC*), создал проект *CoachVille.com* [3].

Коучинг построен на открытиях, сделанных в других областях знаний. Его упрощенно можно считать сводным сборником эффективных принципов, техник и подходов. Отличие коучинга от всех видов консультирования — ставка на реализацию потенциала самого клиента. Коучинг — это умение подвести человека к самостоятельным выводам, коуч не должен давать советов.

Различают четыре базовых этапа коучинга: постановка цели; проверка реального положения вещей; выстраивание путей достижения цели; достижение (он именуется также этапом воли). По области применения коучинг принято делить на следующие виды: карьерный коучинг, бизнес-коучинг, коучинг личной эффективности, лайф-коучинг [4, 5].

Карьерный коучинг называют карьерным консультированием. Оно включает в себя оценку профессиональных возможностей и компетенций, консультирование по карьерному планированию, выбор пути развития, сопровождение в поиске работы и т.п. Бизнес-коучинг направлен на организацию поиска наиболее эффективных путей достижения целей компании. При этом проводится работа с отдельными руководителями фирмы и с командами сотрудников. Лайф-коучинг заключается в индивидуальной работе с человеком, которая ориентирована на улучшение

его жизни во всех сферах (здоровье, самооценка, взаимоотношения). По составу участников различают индивидуальный коучинг, командный коучинг, корпоративный (групповой) коучинг. С точки зрения формата коучинг может быть очный (личный коучинг, фотокоучинг) и заочный (интернет-коучинг, телефонный коучинг).

Приведенные выше направления коучинга неразрывно связаны между собой и органично вписываются в систему обучения клиентов. В процессе обучения широко используются следующие термины. Коуч (англ. coach) — специалист в коучинге, индивидуальный тренер. Клиент (иногда чемпион или коучи) — человек или организация, заказывающая коучинг. В британской терминологии человека, проходящего коучинг, также называют игроком. Коуч-сессия или сессия коучинга — особым образом структурированная беседа тренера с клиентом/игроком. Формат коучинга — способ взаимодействия между клиентом и тренером в процессе коуч-сессии, а также средства такого взаимодействия.

Отличия коучинга от профессионального консультирования, наставничества и тренингов представлены в табл. 1.

Коучинг направлен на достижение следующих результатов:

1. Построение такой жизни, которая позволит ставить и осуществлять важные личные цели, обретать внутреннюю гармонию. Коуч предлагает стратегии для управления временем, жизненной гармонией и качеством жизни.

2. Обретение силы и усиление жизненной мотивации. Коуч помогает сосредоточиться на том, что наиболее важно для человека, и действовать согласно этим ценностям. Воодушевление, мотивация и удовольствие обычно сопровождают этот процесс.

3. Достижение и увеличение благосостояния. Если мы четко определяем для себя, какие блага мы хотим получить, наша жизнь организуется таким образом, чтобы эти блага нам обеспечить. В результате мы становимся и более счастливыми и более успешными.

4. Преодоление трудностей и барьеров. Часто нам приходится сталкиваться с огромным количеством разнообразных внутренних и внешних препятствий. Благодаря качественно проведенному коучингу, внутренние блоки могут исчезнуть, а внешние блоки — быть преодолены. Это наиболее эффективный путь.

5. Прояснение своих целей и сосредоточение на приоритетах. Если человек четко знает, чего хочет от жизни, процесс достижения цели значительно упрощается. Правильно определенные цели и установки на будущее позволяют расслабиться и сосредоточиться на том, что действительно важно именно сейчас.

6. Поддержание в человеке решимости добиться цели и чувства ответственности за ее достижение.

Отличия коучинга от консалтинга, тренинга и наставничества

Метод	Цель	Ситуация использования	Существующие ограничения
Тренинг	Приобретение конкретных навыков, иногда — изменение отношения к работе	Когда для эффективного выполнения работы исполнителю не хватает знаний и навыков	Необходимость «перенесения» навыков из аудитории в реальность. Часто (но не всегда) индивидуализированный подход.
Профессиональное консультирование	Решение задачи через «покупку» этого решения	Когда проблема находится в определенной «экспертной области» и не может быть эффективно решено внутри организации (отсутствуют время, знания и выгоднее купить решение «на стороне»)	Затраты должны быть тщательно просчитаны. Консультантом надо уметь эффективно управлять.
			Как правило, не происходит (или происходит ограниченно) повышение компетентности клиента в отношении способов решения проблемы.
Наставничество	Решение задачи через обмен опытом	Когда внутри организации есть сотрудники, компетентные в решении тех или иных вопросов.	В основном, передаются «готовые» решения и «мудрость прошлого». Это редко способствует развитию новых инициатив.
		Когда необходима передача уже накопленного внутри организации опыта от более опытных к менее опытным сотрудникам.	
Коучинг	Решение задачи через развитие самостоятельности и ответственности за результат у сотрудника.	Когда для успеха дела критичны способность сотрудника к новаторству и чувство персональной ответственности за результат.	Требует специальных навыков у «коуча».
			Организация должна поощрять самостоятельность, ответственность и предприимчивость сотрудников.

Источник: составлено авторами.

7. Фокусирование на созидании, использование настоящего во имя достижения запланированных результатов в будущем. Клинт коуча — человек, который хочет идти к своим целям. Коучинг направлен из настоящего в будущее, прошлое при этом не рассматривается. Цели и направление работы определяет клиент, а коуч сопровождает его на этом пути.

8. Постановка и нахождение ответа на вопрос: «Чего ты хочешь?». Если клиент не определился с ответом, коуч помогает выяснить истинные желания и поддерживает его на пути обретения этой истины.

9. Создание условий для того, чтобы обучаемый самостоятельно понял, что нужно делать, определил способы достижения желаемого результата, выбрал наиболее удобный, целесообразный и приемлемый способ действия, наметил основные этапы достижения цели. Коуч не учит, как делать. Он создает условия, побуждающие клиента к принятию правильных решений и осуществлению действий по их реализации.

Кроме принципа самостоятельности клиента, философия коучинга основывается на гармоничном сочетании двух принципов: принципа осознанности и принципа ответственности. В случае, когда человек действует в соответствии с законами коучинга, он свободен. Свобода появляется именно тогда, когда человек полностью осознал свои желания и стремления; выяснил, где, в каком месте он находится на пути к осуществлению выбранной им цели; наметил пути, с помощью которых он может достичь цель, выбрал из всего многообразия намеченных путей свой единственный и начал действовать в соответствии с выработанным планом для достижения конкретного результата.

Основной постулат коучинга заключается в том, что каждый человек (команда) способен найти оптимальные пути и темп достижения целей. Этот постулат применим и для организации в целом. Коучинг работает на уровне сознания и служит для расширения границ восприятия действительности. Сбор необходимой информации для решения задачи и ее анализ производятся клиентом самостоятельно при содействии коуча. Для этого используются специальные техники, главная из которых — вопросные технологии коучинга. Коучинг систематичен. Используются строгая последовательность этапов, система подходов и техник. Все правила можно объяснить и понять. Коучинг направлен. Коуч предлагает исследовать что-то или делать что-то. Коучинг беспристрастен. В коучинге клиенту не даются оценки его реальности или точек зрения. Ему предоставляется безопасное пространство, в котором он может свободно высказать свои мысли без каких-либо оценок, хорошие они или плохие, правильные или неправильные. Ему не даются ответы, к которым он должен прийти, он осознает что-то новое самостоятельно. Ему не навязывают новые умственные ограничения и убеждения.

Коуч работает в направлении увеличения осознания, способностей и свободы выбора клиента. Как правило, коучинг построен в форме диалога между коучем и клиентом. Для клиента важна мотивация к работе над достижением своих целей. Коуч предлагает клиенту, чтобы он как можно подробнее исследовал обсуждаемую тему, всесторонне рассматривал ее. Основной инструмент для этого — вопросы коуча и его заинтересованность в ответах клиента.

Коучинг ориентирован на личность. Коуч в основном работает с мыслями, эмоциями, идеями, выбором, реакциями людей, не меняя их внешнего окружения. Коучинг — наука об уме, собрание философских принципов, предназначенных для того, чтобы сопровождать людей на пути улучшения своей жизни. Большая часть работы заключается в прояснении смыслов, которые клиент вкладывает в тот или иной термин, слово или действие.

Коучинг применяется в различных сферах деятельности. В частности, он является новым направлением психологического консультирования, использующим современные психотехнологии, ориентированные на эффективное достижение намеченных целей. Хотя на самом деле коучинг — нечто большее, чем консультирование. Это обучение клиента искусству достигать цели оптимальным путем в кратчайшие сроки. Коучи способствуют тому, чтобы их клиенты научились минимальными усилиями добиваться лучших результатов. В основе коучинга лежит использование психологии оптимизма и успеха. Именно поэтому этот вид консультирования активно развивается за рубежом и в нашей стране.

В основе коучинга лежит идея о том, что человек является не пустым сосудом, который надо наполнить, а больше похож на желудь, который содержит в себе весь потенциал, чтобы стать могучим дубом. Необходимо обеспечить питание, свет, поощрение, но способность к росту уже заложена внутри человека.

Таким образом, создается живая атмосфера сотворчества: со стороны коуча — следование интересам клиента и направляющие «волшебные вопросы», со стороны клиента — смелость в исследовании своих выборов, творческий поиск и принятие решений, направленных на достижение желаемого, обретение радости от успехов и достижений, включение внутреннего «драйва».

В настоящее время коучинг — одно из популярных и востребованных направлений психологической помощи.

Индивидуальный коучинг достаточно часто применяется для развития топ-менеджеров и первых лиц компании; поддержки менеджера в адаптации к новой роли/должности; ускорения развития талантливых сотрудников. Содержание индивидуального коучинга включает: постановку целей — «Чего ты хочешь?»; анализ текущей ситуации — «Что

происходит?»; наработку вариантов — «Что нужно делать?»; реализацию и контроль — «Что ты будешь делать?».

В процессе обучения клиенту предлагается найти ответы на ряд вопросов, например: «Чего Вы хотите на самом деле?», «Почему для Вас это важно?», «Как Вы можете этого достичь?», «Как Вы узнаете, что достигли?», «Что ценного в Вашей жизни сейчас не происходит?», «Если бы ты знал ответ, то что бы сказал?», «Какие могут быть последствия для тебя и других?», «Я не знаю, что делать дальше. А ты?» и т.д.

Бизнес-коучинг — направление деятельности и консультирования в менеджменте; система профессиональных взаимоотношений между специалистом по развитию и росту бизнеса, а также повышение мотивации коучем и клиентом, которая выражается в поддержке и сопровождении человека до получения им необходимого результата в соответствии с его потребностями.

Особенно актуальным коучинг является для малого и среднего бизнеса, в котором предприятием часто управляет один человек. Поэтому в центре внимания коуча находится анализ решений руководителя, а также взаимосвязь между событиями личной жизни и развитием бизнеса. Часто бизнесмены не отделяют работу от отдыха, друзей от коллег, поскольку их дело и полученные результаты напрямую влияют на близких людей и их собственную жизнь.

Цели корпоративного коучинга: развитие, создание или определение четкого видения управляющими менеджерами корпоративных целей и всех способов их достижения; создания четкого плана действий; развитие, получение или создание инструментария для работы со своей командой с целью достижения корпоративных целей; создание корпоративной культуры; повышение эффективности.

Коучинг для руководителей предполагает узкоспециализированное обучение для руководителей по отдельным бизнес-вопросам: коучинг по новому бизнесу; коучинг по преобразованию бизнеса; финансовый коучинг, развитие корпоративных стандартов, выбор и наследование зарубежного опыта; коучинг по выгодному партнерству; коучинг по построению деловых отношений; коучинг по маркетингу; коучинг по управлению персоналом; коучинг по эффективной рекламе; коучинг по ценовой стратегии.

В технологии коучинга получила распространение «ПРАВДА» — модель развития сотрудников и руководителей среднего звена, в которой П — проблема и ее осознание; Р — результат, который можно получить при устранении проблемы; А — анализ причин появления проблемы с точки зрения конкретного человека; В — взгляды, убеждения человека, которые необходимо изменить, чтобы добиться желаемого результата; Д — действия, которые необходимо предпринять; А — анализ результативности нового типа поведения.

К преимуществам коучинга относятся следующие. Повышение эффективности — коучинг помогает выявить лучшие качества людей и команд, чего не происходит при традиционном инструктаже. Ускорение обучения — коучинг ускоряет и улучшает обучение, дает возможность сотрудникам развиваться на рабочем месте, не теряя времени. Улучшение взаимоотношений — коучинг подразумевает диалог и интерес к ответам собеседника, показывающий, что человека ценят и уважают. Экономия времени начальника — благодаря коучингу сотрудники становятся более самостоятельными и инициативными, высвобождается время руководителя. Увеличение количества креативных идей — коучинг и создаваемая им атмосфера способствуют росту творческого потенциала всех членов коллектива, никто не боится насмешки или наказания. Оптимальное использование людей, навыков и ресурсов, большая гибкость, умение приспособиться к переменам, усиление мотивации персонала.

Эффективность коучинга подтверждена результатами исследования, проведенного компанией «Manchester Inc.» — мировым лидером в разработке и реализации программ управленческого коучинга. Консалтинговая компания, специализирующаяся на повышении эффективности организации путем определения, развития, и передачи лидерского таланта, является частью компании Prolianz — отделения «Modis Professional Services», акции которого представлены на Нью-Йоркской Фондовой Бирже. Компания специализируется в трех областях: управление карьерой, развитие лидерства, проведение тренингов и специальных программ повышения квалификации руководителей [6]. Специалисты Manchester Inc. в 2001 г. опубликовали данные о количественной оценке влияния управленческого коучинга на развитие бизнеса, в том числе об изменениях в работе первых лиц компаний, об организационных улучшениях и индексе ROI — возврате прибыли на единицу инвестированного в коучинг капитала.

Исследование включает результаты опроса 100 руководителей предприятий, входящих в «Fortune 1000», которые пользовались услугами компании Manchester. Половина опрошенных занимают должности вице-президентов и выше, включая президентов подразделений, генеральных менеджеров, исполнительных директоров, финансовых директоров, информационных директоров, партнеров, руководителей и реальных лидеров. Почти каждый шестой из десяти (57%) руководителей относится к возрастной категории 40–49 лет, около 30% зарабатывают от 200 тыс. дол. в год.

Программы коучинга, в которых участвовали руководители, представляют собой сочетание «коучинга изменений», направленного на изменение определенного поведения или навыков, и «коучинга роста», направленного на развитие четкости и эффективности деятельности. Как правило, программы коучинга длятся от шести месяцев до года.

Цель программ управленческого коучинга Manchester Inc. заключается в оказании помощи руководителям в процессе их адаптации к новой организационной среде и ее реалиям, в обучении искусству не просто выживать, а процветать. Особый подход Manchester Inc. заключается в совместном участии, который до начала коучинга включает в себя диагностику потребностей, составление полного и достоверного протокола целей. Значительное внимание уделяется планированию действий и определению измеряемых результатов достижения бизнес-целей.

По результатам исследования Manchester Inc. были сделаны следующие выводы. Компании-заказчики Manchester Inc. отметили рост производительности, эффективности обслуживания клиентов и работы организации, улучшение качества продукции, повышение биржевой стоимости акций. Уменьшилось количество жалоб клиентов. Программы коучинга Manchester Inc. в среднем обеспечивали в 5,7 раз большую прибыль от вложенных в управленческий коучинг инвестиций. По мнению руководителей, которые оценивали результаты коучинга в денежном эквиваленте, доход составил более 100 тыс. дол.

Компании, воспользовавшиеся услугами коучинга для своих руководителей, отмечали улучшения в: производительности (отметили 53% руководителей); качестве продукции (48%) и обслуживания клиентов (39%); укреплении организации (48%); снижении жалоб потребителей (34%); отсутствии текучести руководителей, которые пользовались коучингом (32%); снижении издержек (23%); итоговой доходности (22%). Руководители отмечали улучшения в: рабочих отношениях с непосредственными подчиненными (отметили 77% руководителей); рабочих отношениях с непосредственными руководителями (71%); командной работе (67%); рабочих взаимоотношениях с коллегами (63%); удовлетворенности работой (61%); снижении конфликтности (52%); приверженности компании (44%); работе с клиентами (37%).

За рубежом коучинговая индустрия появилась четверть века назад, но до сих пор коучинг как официальная специальность не существует ни в одном государстве. Это дополнительное образование, курсы повышения квалификации. Знаменитое учебное заведение за рубежом — Международный Эриксоновский университет коучинга под руководством М. Аткинсон. За последние 10 лет в России сформировалось немало курсов, центров, школ, академий, где проводят групповые и персональные коуч-тренинги. Одна из первых организаций — Международная академия коучинга — была создана в 1998 г. по инициативе главы представительства Международной федерации коучинга ICF в России и директора Международной академии коучинга (МАК) С. Чумаковой. Одновременно появилась компания Kaplan & Galata coaching, образованная

врачом-психиатром Р. Капланом и тренером по восточным единоборствам Ю. Галатой.

Услугами коучеров, как правило, пользуются зрелые и энергичные люди в возрасте от 27 до 45 лет. В основном это владельцы бизнеса, менеджеры и директора иностранных и российских компаний, желающие сделать карьеру и добиться личного роста. Российский коучинг отличается от западного. На Западе поддерживают тех, кто уже успешно двигается, в России главная задача — разобраться, чего хочет человек.

В настоящее время создается Профессиональная ассоциация русскоязычных коучей, которая будет решать вопросы становления профессионального сообщества, популяризации коучинга и формирования рынка коуч-услуг. В профессиональном сообществе существует мнение, что психоаналитик работает с прошлым и проблемами, а коуч — с будущим и возможностями. По высказыванию профессора ESMT К. Коротова, в коучинг идут две категории людей: топ-менеджеры, желающие решить собственные проблемы и психологи, которые устали работать с больными людьми.

Коучинг — это мировоззрение и философия, наука и искусство, а истинного коуча создает практика. В школах коучинга в основном преподают теоретические основы техники коучинга с небольшим количеством практических занятий, в т.ч. по продаже коуч-услуг. В массе безработных коучей с дефицитом практического опыта или его отсутствием происходит жесткий рыночный отсев. Через год после обучения остаются лучшие, остальные применяют навыки в профессиональной и личной жизни. Выпускники отечественных школ коучинга, как и их западные коллеги, получают запросы от менеджеров и коммерсантов, заинтересованных в личном развитии и карьере, изменении статуса наемного работника на владельца бизнеса. Обычно это делается за 6–10 еженедельных встреч [7].

Ежегодно по всему миру 24 тыс. коучей, состоящих в Международной федерации коучей (International Coach Federation) проводят открытые мероприятия, посвященные коучингу. Мастер-классы, семинары, лекции, круглые столы, профессиональные мастерские, ознакомительные коучинговые сессии направлены на популяризацию коучинга как эффективного современного инструмента развития личности и организации [8]. Средняя стоимость коуч-сессий приведена в табл. 2.

По результатам совместного исследования журнала «Секрет фирмы» и компании «Амплуа» были определены 10 лучших бизнес-коучей России. Размер их среднего гонорара за последние два года увеличился на 10% и составляет около 500 дол./час (в некоторых случаях до 3 тыс. дол.) (табл. 3).

Средняя стоимость коуч-сессий в России

Коуч-сессии в РФ	Средняя цена занятия
Зотова Р.А. — психотерапевт, клинический психолог-консультант-лайфкоуч (Россия, г. Москва)	15000 руб.
Клуб коучей и эффективных руководителей (Россия, г. Сургут)	250 руб.
Психология личностной эффективности, ИП (Россия, г. Москва)	3000 руб.
НИИ Соционики, ООО (Россия, г. Москва)	1000 руб.
Карьерный коучинг: стратегия личной эффективности молодого специалиста (Россия, г. Белгород, Белгородский Государственный университет)	5000 руб.
SELF — коучинг, тренинг направлен на выработку стратегического подхода к планированию собственного жизненного пути с учетом главных сфер жизни (Россия, г. Белгород, Белгородский Государственный университет)	2500 руб.

Отбор кандидатов на звание лучшего российского бизнес-коуча происходил на основе следующих критериев: наличие специального образования в области коучинга, наличие личного супервайзера (собственного коуча), ведение практики на русском языке. В процессе выбора оценивались два показателя: 1) количество часов работы с клиентом в течение предыдущего года, которое свидетельствует об опыте и востребованности коуча на рынке; 2) соотношение положительных и отрицательных отзывов клиентов, что свидетельствует о качестве работы консультанта. У лучших практиков российского рынка большой опыт работы сочетается с хорошими клиентскими отзывами.

Таким образом, коучинг — это новый виток развития тренинга, консалтинга и других смежных отраслей. Коучинг совмещает в себе множество различных методик и технологий, применимых ко всем сферам жизнедеятельности человека. В условиях постоянно изменяющейся ситуации в стране и мире достижение конкурентоспособности на рынке труда и в других областях зависит от уровня эрудированности и компетентности специалиста. Современные руководители должны заботиться об обеспечении своих сотрудников такими искусными консультантами как коучи, и тогда, успех организации или предприятия будет высоким.

Характеристики десяти наиболее успешных коучей России

Коуч	Возраст	Стаж работы по профессии, лет	Специализация, должность	Стоимость 1 часа работы, дол. США
Переверзева Ирина	56	8	Директор департамента организационного развития компании Human Factors	300–400
Яковенко Галина	50	11	Руководитель направления организационного коучинга компании «Тренинг-бутик», специализация – развитие эмоционального интеллекта у топ-менеджеров	600
Савкин Александр	47	16	Руководитель Института коучинга	300–500
Бремон Валери	48	4	Управляющий партнер компании «Do It Evolution»	500
Самольянов Олег	44	8	Бизнес-коучинг, работа с руководителями высшего звена российских и международных компаний	700–1400
Вобликова Елена	37	9	«Быстрый» коуч (6 встреч)	500
Павличенко Елена	48	11	Генеральный менеджер российского офиса компании AchieveGlobal	300
Ферреро Анна	43	11	Лайф-коучинг, развитие коллектива, компания «Ferrero & Associates»	150–350
Кузнецова Алла	47	6	Управляющий партнер компании «3 Way Coaching» (США, Россия)	300–500
Попова Ирина	35	10	Управляющий партнер компании «Action Space Training Group», специализация – целеполагание, поиск ответов на вопросы клиентов «Зачем я живу?» и «Что мне делать?»	100–300

Источник: составлено авторами

Література

1. Левченко А.С. Управление активностью персонала как фактор повышения деловой активности предприятия / А.С. Левченко, А.А. Рудычев // Трансформация финансовых отношений в условиях экономической глобализации: материалы 4-го Международного симпозиума, Украина. Харьков, 10 ноября 2011 г. — Харьков, 2011. — С. 297–298.
2. Уитмор Дж. Coaching. Новый стиль менеджмента и управления персоналом: Практическое пособие / Уитмор Дж.; пер. с англ. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 160 с.
3. Коучинг: истоки, подходы, перспективы. Сборник статей / сост. Данилова М.А., Фролов Е.В. — СПб: Речь, 2003. — 120 с.
4. Самоукина, Н. Коучинг — ваш проводник в мире бизнеса / Н. Самоукина, Н. Туркулец // СПб.: Питер, 2004. — 120 с.
5. Рогачев С.А. Коучинг: возможности применения в бизнесе / Рогачев С.А. — Ростов-на-Дону: Фитнес, 2003. — 155 с.
6. Manchester Study. Executive Coaching Yields Return On Investment Of Almost Six Times Its Cost, Says Study [Electronic resource] / Available at: <http://www.donnaschilder.com/manchester-study/>
7. Trainings.ru — тренинги, семинары, обучение и развитие персонала в ваших организациях [Электронный ресурс] / Компания «Амплуа». — Режим доступа: <http://www.trainings.ru/events/> (дата обращения 22.05.2015)
8. Высшая Школа Практической Психологии и Бизнеса [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.psy-school.info> (дата обращения 22.05.2015).

Пастух О.В.

аспірант

Національний авіаційний університет

м. Київ, Україна

ЕКОНОМІЧНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ

Реформування вітчизняного господарства у ринкове об'єктивно вимагає підвищення якості праці в усіх секторах економіки країни, а значить і конкурентоспроможності робочої сили. Водночас значною перешкодою у здійсненні економічної реформи є відсутність ефективного стимулювання праці на вітчизняних підприємствах, що своєю чергою призвело до ослаблення трудової активності в умовах економічної кризи, падіння рівня життя населення. Стимулювання визначається як важлива складова управління, яка лежить в основі розробки стимулів ефективної діяльності суб'єктів трудового процесу.

Стимулювання праці — це процес реалізації мотивуючих ціннісно-нормативних факторів трудової діяльності працівників відповідно до

сформованої культури підприємства. Система стимулювання праці являє собою сукупність методів і інструментів, за допомогою яких керівництво підприємства впливає на найбільш загальні мотиви трудової діяльності працівників з урахуванням взаємовпливу особистісних цінностей керівників і робітників окремого структурного підрозділу підприємства з метою досягнення заданого результату діяльності підприємства.

При обґрунтуванні приросту доходів колективу працівників необхідно спиратись на показники, які об'єктивно відображають реальні зрушення в економіці країни і на окремих підприємствах. Такими показниками можуть бути насамперед показники економічної ефективності.

На сьогодні відсутня єдина загальноприйнята і науково-обґрунтована система показників економічної ефективності діяльності суб'єктів господарювання на мікро- і макрорівнях. До цього часу не розроблено науково-обґрунтований підхід до кількісного визначення узагальнюючого ресурсного показника економічної ефективності виробництва, який дозволяв би на базі даних державної офіційної звітності окремих підприємств проводити відповідні розрахунки і використовувати їх як інструмент для обґрунтування підвищення доходів найманих працівників.

Розподільчі відносини базуються на реальному економічному потенціалі країни. Тому передумовою більш справедливого розподілу доходів є підвищення ефективності виробництва, що робить механізм такого розподілу дієвим, а не декларативним.

Ґрунтуючись на концепції економії суспільної праці і засадах системності, трансформації ресурсів, прямої та відносної економії живої і уречевленої праці був встановлений функціональний зв'язок між ефективністю виробництва і його чинниками. Його формалізація дозволила математично вивести формулу, яка показує величину підвищення (зниження) узагальнюючого показника економічної ефективності виробництва при зміні обсягів застосовуваних ресурсів у двох порівнювальних періодах. Це дало можливість на матеріалах офіційної статистики і звітності підприємств кількісно визначити загальний економічний ефект (E) і узагальнюючий показник економічної ефективності виробництва (K_E) в економіці країни і окремому підприємстві.

Науково обґрунтовано пофакторний розклад загального економічного ефекту на часткові ефекти — відповідно ефект від використання основних засобів, оборотних коштів, зайнятих працівників. Вони характеризують внесок кожного економічного ресурсу в величину загального ефекту.

Економічне стимулювання найманих працівників і відповідно підвищення їх доходів повинно бути пов'язано, насамперед, з темпами економічного зростання і підвищенням економічної ефективності виробництва. Якщо такого підвищення не відбувається, то всі інші пропозиції

щодо зростання доходів працівників мало конструктивні. Якщо в періоді, що розглядається, мало місце підвищення економічної ефективності, то доходи працівників об'єктивно повинні збільшитись. Для визначення величини такого збільшення повинен бути встановлений функціональний зв'язок між приростом ефективності виробництва і приростом доходів працівників.

З метою визначення питомої ваги вкладу колективу найманих працівників у приріст (доходів) прибутку підприємства проведено розклад ефекту від використання живої праці на складові. Частина ефекту, яка належить працівникам визначається як добуток фактичного фонду заробітної плати і темпу (коефіцієнту) приросту продуктивності живої праці в періоді, що розглядається.

Таким чином, доходи найманих працівників повинні складатися з двох частин:

- гарантованої частини – поточного фонду заробітної плати, який формується на ринку праці з урахуванням державних регуляторів, укладених тарифних угод між профспілками і роботодавцями щодо системи преміювання і входить до складу собівартості продукції;
- негарантованої частини, яка пов'язана з довготерміновими результатами роботи підприємства, залежить від темпів підвищення продуктивності праці і формується з його прибутку.

Література

1. Воронін О.О. Методика визначення узагальнюючого показника економічної ефективності виробництва. «Економіст» № 4, 2007.
2. Воронін О.О., Пастух О.В. Ефективність виробництва і розподіл економії суспільної праці між суб'єктами ринку. «Економіка України» № 3, 2009.
3. Воронін О.О., Пастух О.В. Вклад найманих працівників у результати діяльності підприємства. «Україна: аспекти праці» № 2, 2009.

Попков О.А.

студент 5 курсу

Науковий керівник:

Гірман А.П.

Дніпропетровська державна фінансова академія

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПРОФЕСІЙНОГО ПІДБОРУ КАДРІВ НА ПРИКЛАДІ ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Сьогодні персонал банку – це команда висококваліфікованих спеціалістів, здатних оперативно вирішувати найскладніші задачі та швидко задовольнити потреби клієнтів у банківському обслуговуванні [1, с. 30].

Упродовж останніх років увагу дослідженням особливостей професійного підбору кадрів зосереджують такі практики та науковці: Іванова С.В., Школа І.М., Шипуліна В.О., Доминик Купер, Иван Т. Робертсон, Гордон Тинлайн, Шевченко Т.В., Стаут Ларри В., Лукін Д., Мазило Т. та інші.

Як доводить практика передових компаній та організацій світу, професійний підбір персоналу доцільно застосовувати всім без винятку підприємствам, які для досягнення певних переваг у майбутньому готові сьогодні зосередитись на якості власного персоналу та застосовувати нові підходи до рекрутингу. Зважаючи на значний внесок вітчизняних та іноземних науковців у дослідженні ролі та механізмів проведення підбору кадрів, необхідним є зосередження уваги на тих питаннях, що стосуються специфіки функціонування банківської сфери та прийняття управлінських рішень топ-менеджерами та власниками з метою посилення конкурентних переваг банків на ринку у майбутньому за рахунок використання кваліфікованого та компетентного персоналу у наданні банківських послуг.

Підбір персоналу – це ряд дій, спрямованих на залучення кандидатів, які володіють якостями, необхідними для досягнення мети, що стоїть перед підприємством [2, с 56].

Першочерговими проблемами, що постають перед сучасними організаціями – це правильний підбір персоналу менеджерами організації та визначення оптимальної кількості персоналу. Завжди актуальним і важливим при визначенні необхідної чисельності кадрів в організації, буде процес планування ресурсів праці. У процесі планування ресурсів праці, звертають увагу насамперед на вирішення таких питань: для чого, де, коли, скільки, якого рівня кваліфікації і за якою ціною знадобляться організації працівники для вирішення завдань, що виникають перед нею.



Рис. 1. Визначення потреби організації в кадрах

Наймання на роботу підходящих кандидатів з першої спроби може виявитися для компанії-роботодавця дуже прибутковим. Вважається, що економічні вигоди від цього можуть досягати 6–20 відсотків від звичайного рівня продуктивності компанії. [4, с. 12].

Загальна схема дій щодо систематичного відбору повинна визначати такі обов'язкові параметри:

- розуміння співробітниками, що проводять відбір, різних видів людської поведінки в різних ситуаціях;
- визначення потреб і очікувань, шляхом аналізу змісту роботи;
- встановлення критеріїв, що відповідають умовам організації;
- встановлення оціночних критеріїв, за допомогою яких проводиться оцінка використовуваних методів відбору;
- встановлення оціночних критеріїв, за допомогою яких оцінюється ефективність процедури відбору;
- визначення найбільш підходящих методів відбору для розглянутої роботи;
- встановлення критеріїв для прийняття рішень;
- розвиток подальших ідей для безперервного вдосконалення процесу відбору [3, с. 15].

Переваги, одержувані за допомогою цієї схеми, полягають в систематичній оцінці та відповідно претендентів специфічним вимогам роботи, а також у забезпеченні засобів моніторингу та оцінки ефективності самої системи відбору.

Традиційний процес підбору персоналу здійснюється поетапно з використанням основних та додаткових методів. Як показує світова практика усні співбесіди при відборі кадрів мають суб'єктивний характер і під час їх проведення досить складно визначити якості кандидатів на пропоновану посаду, приховувані ними або ті, про наявність яких вони навіть не припускали. Значно кращі результати в процесі підбору можна отримати за допомогою експериментальних методів (виконання зразків роботи, пробних та ситуаційних завдань). Іноді використовують складніші завдання, застосовуючи кейс – методику.

Такі методи дають можливість більш достовірно визначити рівень винахідливості, спостережливості, швидкість мислення працівника, вміння аналізувати різні дані і узагальнювати факти. Саме вивчення цих критеріїв відіграє ключову роль у процесі встановлення відповідності працівника мінімальним вимогам, які безпосередньо пов'язані з виконанням переліку робіт і посадових функцій за певною професією.

Із всіх можливих методів підбору, ПАТ КБ «ПриватБанк» використовує найбільш доцільні, ті які мають практичне підтвердження своїх результатів, а саме:

1. Співбесіда (структурована, вільна). Співбесіда проводиться за допомогою методу «за компетенцією». Суть: виявлення компетенцій претендента і співставлення їх з тим, що необхідно для виконання функціональних обов'язків. Переваги: дозволяє одержати досить повну інформацію про професійно важливі й особистісні якості здобувача, наявний в нього досвід роботи. Недоліки: не дає можливості оцінити рівень володіння практичними навичками.

2. Використання поліграфічного тестування Суть: визначення правдивості поданої претендентом інформації. Переваги: впевненість у правдивості отриманих відповідей. Недоліки: великі матеріальні витрати.

3. Тестування (професійне і психологічне). Суть професійного тестування: оцінка професійних знань, вмінь і навичок кандидата. Суть психологічного тестування: особистісних якостей, мотивів і інтересів кандидата (ГМА, тест Айзенка, тест Кеттела, тест Стронга та ін.). Переваги: можна виконувати тест багатьох кандидатів одночасно. Це дозволяє значно економити час і сили. Недоліки: тестування дає досить загальне уявлення про особу.

Отже, можна виділити, що ПАТ КБ «ПриватБанк» використовує як традиційні так і не традиційні методи підбору персоналу, комбінуючи їх таким чином, що кожен з методів усуває недоліки іншого, що дозволяє більш точно надати відповідну оцінку потенційному працівнику. Комбінація методів відбору може бути застосована у банках та фінансових установах для покращення якості власного персоналу, отриманні конкурентних переваг, збільшення ефективності банківської діяльності, але мають місце достатньо значні витрати через створення та підтримання спеціальних служб або використанням інших організацій.

Література

1. Ізюмцева Н.В. Моделювання та організація проведення реінжинірингу бізнес-процесів у банківській системі / Ізюмцева Н.В., Лічмаровська А.В., Мирончик Г.В. // Вісник університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 1 (10). – С. 160–168.
2. Качан Є.П. Управління трудовими ресурсами / Качан Є.П., Шушпанов Д.Г. – К.: Юридична книга, 2010. – 358 с.
3. Доминик Купер, Иван Т. Робертсон, Гордон Т. Отбор и найм персонала, технологии тестирования и оценки. – Москва, Вершина, 2012. – 148 с.
4. Чижов Н.А. Персонал банка: технология управления и развития. – Москва, Издавництво: Анкил, 2009. – 116 с.
5. Азаренкова Г.М., Дікань Л.В., Новосельцева Т.О. Сучасні комерційні банки: персонал, розвиток, організація: Монографія. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2009. – 131 с.
6. Банківський менеджмент: Навч. посібник / За ред. О.А. Кириченка. – К.: Знання-Прес, 2012. – 438 с.
7. Васюренко О.В. Банківський менеджмент: Навчальний посібник. – Київ: Академія, 2010. – 313 с.

Шворак Р.С.

*магістр інституту економіки та менеджменту
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна*

АНАЛІЗ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА РИНКУ ПРАЦІ У ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ ЗА ПЕРІОД З 2000–2014 РОКІВ

Актуальність дослідження полягає в тому, що трудовий потенціал є одним із головних об'єктів управління на рівні як макросистем (держава, регіон, галузь), так і мікросистем (підприємств). Трудовий потенціал є основою розвитку економіки праці в та побудови організаційно-управлінської структури підприємств. Тенденції динаміки народонаселення визначають чисельність трудових ресурсів, його склад, розмір зайнятості, що, в свою чергу, має вплив на сукупний попит і пропозицію, споживання і, в кінцевому підсумку, на економічне зростання.

Трудовий потенціал – це кількість та якість наявних трудових ресурсів з урахуванням можливості їх збільшення при поточному рівні розвитку науки і техніки. Він характеризується кількісною і якісною сторонами [2].

Трудові ресурси — це частина працездатного населення, яка володіє фізичними й розумовими здібностями і знаннями, необхідними для здійснення корисної діяльності [1].

Щоб зрозуміти сутність поняття «трудові ресурси», треба знати, що все населення залежно від віку поділяється на: осіб молодших працездатного віку (від народження до 16 років включно); осіб працездатного (робочого) віку (в Україні: жінки — від 16 до 59 років, чоловіки — від 16 до 64 років включно); осіб старших працездатного віку, по досягненні якого устанавлюється пенсія за віком (в Україні: жінки — з 60, чоловіки — з 65 років) [4].

За основу дослідження був взятий поточний період — 14 років (з 2000 р. по 2014 р. включно). У динаміці кількості економічно активного населення за досліджуваний період чітко прослідковується тенденція до зменшення. Зокрема, у 2000 році кількість населення у віковій категорії 15–70 років становила 540 тис. осіб, а станом на 2014 рік — 455,4 тис. осіб, що є наслідком негативних проявів у демографічних процесах досліджуваного регіону. Основу економічно активного населення становлять особи працездатного віку (жінки — від 16 до 59 років, чоловіки — від 16 до 64 років включно), кількість яких в межах Волинської області повільно зменшувалась з 2000 р. по 2003 р. включно, після чого різко скоротилась з 409,3 до 390,2 тис. осіб. у 2003 році. За період з 2004–2013 рр. прослідковувалась тенденція до зростання, хоча й незначна (з 390,2 до 412,3 тис. осіб). Дана тенденція не була характерною для 2014 року внаслідок впливу на дану сферу економіки економічної та політичної кризи в державі [3].



Рис. 1. Динаміка кількості економічно активного населення працездатного віку в межах Волинської області за період з 2000 р. по 2014 р. (За даними Головного управління статистики у Волинській області).

Найвищий показник безробітності спостерігався у 2002–2004 рр. (9,5%, 11,8%, 10,8% відповідно) після чого відбулось поступове скорочення безробітності, і найнижчий рівень безробітності був зафіксований у 2013 році (7,8%). У 2014 році кількість безробітності значно зросло до показника у 9,9% [3].

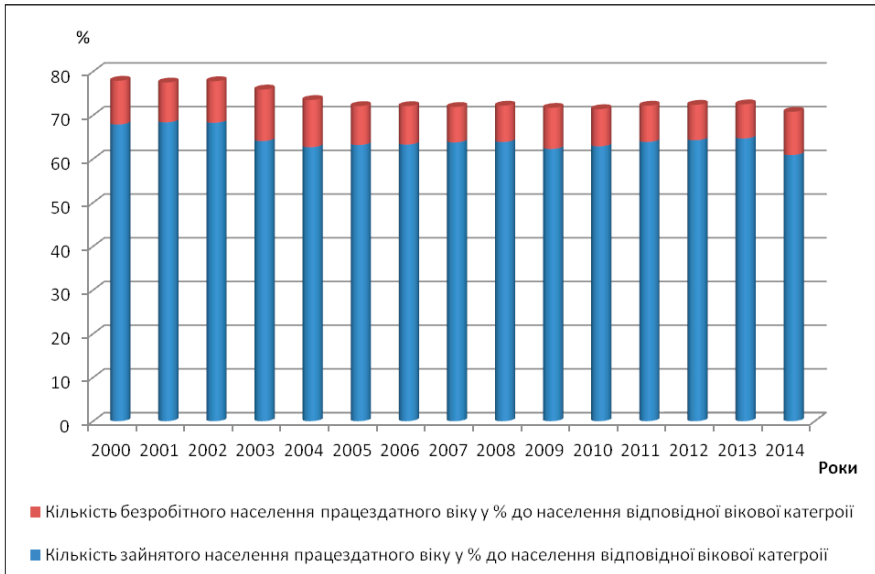


Рис. 2. Динаміка зайнятого та безробітного населення працездатного віку у % до населення відповідної категорії у Волинській області у 2000–2014 рр. (За даними Головного управління статистики у Волинській області).

Висновки. У результаті досліджень було виявлено основні закономірності на ринку праці у Волинській області. За досліджуваний період було виявлено періоди спадів та зростань у динаміці кількості економічно активного населення Волинської області. Загалом за весь досліджуваний період простежувалась тенденція зростання кількості працюючих осіб та відповідно скорочення безробітності в регіоні до 2014 року. Дана ситуація у Волинській області зумовлена економічною та політичною кризою. Адже згідно з новим дослідженням, падіння економіки України загалом в 2014-му становило 8,2%, і досліджуваний регіон не виключенням. Ринок праці в сучасних умовах може виступити основним фактором соціально-економічного розвитку Волинської області, тому що саме створення нових робочих місць і зростання заробітної плати сприятиме зменшенню безробіттю, зростання обсягів виробництва, підвищення доходів громадян, що призведе до збільшення споживання товарів та

послуг, наповнення коштами бюджетів різних рівнів, зменшення трудової міграції закордон, а в довгостроковій перспективі навіть до збільшення чисельності населення.

Література

1. Васильченко В.С., Гриненко А.М., Грішнова О.А., Керб Л.П. — Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 403 с.
2. Матковський Р.Б. Економічний потенціал України та шляхи його ефективного використання: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.01.01 [Електронний ресурс] / Р.Б. Матковський; Київ. нац. екон. ун-т. — К., 2003. — 20 с.
3. Основні показники ринку праці (2000–2014рр.). Головне управління статистики у Волинській області. / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/>
4. Пенсійна реформа в Україні. <http://www.pension.kiev.ua/> [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.pension.kiev.ua/>

Секція 8: МЕНЕДЖМЕНТ

Михайловський С.В.

студент 3 курсу

Науковий керівник: Лаготюк В.О.

асистент кафедри економіки підприємства

Буковинський державний фінансово – економічний університет

м. Чернівці, Україна

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Мотивація праці працівників сільського господарства посідає одне з провідних місць і є складовою ефективною діяльністю сільськогосподарського підприємства. На сьогоднішній день головною проблемою АПК є відсутність заходів щодо підвищення рівня освіти та професійної підготовки працівників, мотивації трудової діяльності та заохочення людей працювати в цій сфері.

Дослідженням проблем мотивації зайнятості у сільському господарстві займалися ряд науковців такі як О.А. Бугуцький, Н.М. Горобець [1], Н.О. Петренко [2], П.Т. Саблук, В.С. Дієсперов [3] та інші.

Питання трудової мотивації в аграрному секторі економіки викликає не дією наступних чинників:

- недосконалістю організаційно-структурних змін в ході реформування сільськогосподарських підприємств;
- недостатнім врегулюванням соціально-трудова відносин між найманими працівниками і роботодавцями;
- небажанням керівників підвищувати тарифні ставки і посадові оклади;
- невиконанням профспілками функцій регулювання соціально-трудова відносин і захисту інтересів найманих працівників;
- низьким рівнем заробітної плати, умов праці і результативності виробництва.

Адже основними мотивами зайнятості для працівників сільськогосподарських підприємств є: оплата праці, дохід від власності, умови праці, професійний та кар'єрний ріст, право участі у вирішенні господарських питань, отримання від підприємства соціально-культурних послуг.

В останні роки в сільському господарстві України з різних причин спостерігається значний відплив із села робочої сили, особливо молоді.

Значна частина працездатного сільського населення змушена шукати роботу в містах чи в зарубіжних країнах (Таблиця 1).

Таблиця 1.

Рух робочої сили по території Вінницької області та закордон за 2013 рік

	У межах регіону			Зовнішня міграція		
	Число прибулих, чол.	Число вибулих, чол.	Приріст +/-	Число прибулих, чол.	Число вибулих, чол.	Приріст +/-
Вінницька область	24320	24320	0	11230	12900	-1670

В зв'язку з тим, що молодь мігрує в пошуку роботи у великі міста, інші країни, важливою умовою буде їх мотивація для роботи в сільській місцевості. Щоб молодь залишалась в сільській місцевості і ефективно працювала потрібно впроваджувати відповідні заходи. До основних шляхів мотивації зайнятості в сільському господарстві молоді пропонуємо віднести наступні:

- розробка і впровадження фінансового механізму закріплення молодих спеціалістів на селі;
- надання земельних ділянок та пільгових кредитів молодим людям;
- надання можливості молоді для проходження альтернативної служби на підприємствах та організаціях сільської місцевості;
- транспортні перевезення працівників, які проживають у віддалених місцях та не мають власного транспорту;
- оплата лікування, навчання для працівників, які відзначилися результатами діяльності;
- державна підтримка розвитку молодіжного фермерства та молодіжного не сільськогосподарського підприємництва в сільській місцевості.

Основною складовою процесу підвищення трудової мотивації є удосконалення форм і систем організації оплати праці. Тому, що існуюча організація оплати праці робітникам аграрної сфери майже не відповідає ринковій економіці, її необхідно удосконалити щоб вона відповідала сучасним умовам, які склалися у сфері АПК. Для заохочення у сфері сільського господарства застосовуються як матеріальні, так і моральні стимули. Матеріальна зацікавленість працівників сільського господарства визначається рівнем оплати праці, що задовольняє працівника.

Основою матеріальної мотивації є заробітна плата, яка ґрунтується на її раціональній організації. Дана система стимулювання повинна спонукати працівника до високоякісного виконання завдання у визначений термін, а також стимулювання зростання продуктивності праці. Моральне стимулювання – це визначення трудових успіхів колективу або працівника сільськогосподарського підприємства. Воно передбачає: винесення подяки, нагородження грамотами, підтримання високої трудової активності, створення сприятливих умов праці, нормального психологічного клімату, моральні заохочення [2, с. 130].

Для формування мотивації на підприємствах АПК повинні створюватись відповідні умови, такі як: впровадження демократичних засад управління, пріоритетне забезпечення робочими місцями перспективних, надання провідним фахівцям права власності, молодих і висококваліфікованих фахівців, забезпечення сприятливого внутрішнього і зовнішнього середовища для професійного зростання та самореалізації. В результаті підвищення мотивації праці зростає ефективність виробництва, в трудовому колективі утверджується соціально-психологічний клімат, що сприяє зміцненню не тільки морального, а й фізичного здоров'я працюючих. А головне – соціальний наслідок: зростає матеріальний добробут селянина [3, с. 81].

Отже, основою матеріальної мотивації працівників є заробітна плата, яка ґрунтується на її раціональній організації. Сьогодні низький рівень доходів сільськогосподарських працівників негативно впливає на їх платоспроможність та конкурентоздатність вітчизняної продукції. Напрями подальшого реформування заробітної плати мають бути спрямовані на підвищення рівня якості життя сільського населення, збільшення платоспроможного попиту, зменшення соціальної напруги у суспільстві. Із цією метою варто перейти від ставлення до заробітної плати як частини доходу підприємства, до ставлення як ціни товару «робоча сила».

Список використаної літератури

1. Горобець Н.М. Матеріальні аспекти мотивації праці сільськогосподарських працівників. // Економіка АПК. – 2008. – № 11. – С. 41–44.
2. Петренко Н.О. Формування ефективної системи мотивації праці в аграрних підприємствах. // Економіка АПК. – 2008. – № 2. – С. 129–131.
3. Діесперов В.С. Оплата сільської праці. / В.С. Діесперов // Економіка АПК. – 2012. – № 9. – С. 76–83.

Секция 9: МИРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В XXI СТОЛЕТИИ

Третьяков А.А.

студент

*Северо-Кавказский Федеральный Университет
г. Ставрополь, Российская Федерация*

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ АТЭС В УСЛОВИЯХ МЕНЯЮЩЕЙСЯ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ КОНЪЮНКТУРЫ

На всех исторических этапах развития и становления человечества, западные цивилизации всегда интересовались регионами Азии по причине богатства ресурсов, а также потенциала климатически благоприятной зоны. В эпоху античности Римская империя вела активную торговлю с восточными купцами, а в конце XV века был открыт морской торговый путь в Индию. Справедливо судить о том, что экономические связи в этом регионе начали формироваться с глубокой древности. Поэтому, пройдя такой долгий исторический путь, этот регион так и остался потенциально перспективным для развития.

Со второй половины двадцатого века мирохозяйственные связи претерпели значительную модернизацию, и возникла новая система организации международных отношений — экономическая интеграция. Опыт показывает, что находясь в интеграции различные страны экономически развиваются гораздо динамичнее, чем те страны, которые не состоят в плотном взаимодействии со своими соседями. Это связано с тем, что интеграционное взаимодействие дает возможность странам-участницам совместными усилиями урегулировать стоящие перед государствами острые социальные противоречия, такие, как выравнивание условий развития отдельных, более неразвитых районов, улучшение положения на рынке труда, предоставление социальных гарантий беднейшим слоям населения и другие.

Как можно заметить, в результате этого, в 1988 году, в самом перспективном регионе мира, возникла новая экономическая интеграция — Азиатско-Тихоокеанское Экономическое Сообщество (АТЭС). В данную интеграцию входит 21 страна, на совокупную долю которых приходится: 40% населения планеты, около 55% ВВП, и 45% мировой торговли.

К основным преимуществам данной интеграции можно отнести: 1) все страны-участницы имеют выход к океану, что дает преимущества в торговле, и облегчении организации торговых морских путей; 2) в интеграцию входят три страны из четырех, которые обладают всеми факторами производства; 3) большая часть государств является экономически развитыми.

Следовательно, данные преимущества позволяют говорить о потенциально динамичном развитии стран, которые в контексте группировки ещё не достигли экономического благосостояния. Это необходимо, прежде всего, для того, чтобы интеграция функционировала максимально успешно.

Кроме того, АТЭС имеет большой потенциал для развития стран, входящих в группировку. Основными плюсами для реализации интересов государств являются: 1) новые рынки для сбыта собственной продукции, 2) иностранные инвестиции и технологии, 3) для транснациональных корпораций – возможность снизить налоговое бремя или даже обойти действующие торговые ограничения за счет переноса некоторых звеньев своей производственной цепочки на новые территории.

Тем не менее существуют и проблемы, связанные, прежде всего с расхождениями показателей различных стран, как совокупных, так и на душу населения. Поэтому долгое время не представлялось возможным говорить о форме интеграции. Однако на Пекинском форуме в ноябре 2014 года было решено запустить зону свободной торговли, а также приступить к реализации сотрудничества в таких областях, как глобальная цепочка наращивания стоимости и цепь поставок, а также ратифицировать первоначальный проект взаимосвязей и взаимообменов в рамках АТЭС [2]. Кроме того, необходимо укрепить взаимосвязь между работниками стран-членов, а также улучшить аппаратное оснащение и программное обеспечение. Гарантом поставленных задач стала принятая в рамках форума декларация.

В результате этого можно выделить три наиболее важные задачи для дальнейшего прогрессивного развития АТЭС:

1) В рамках зоны свободной торговли организовать между отдельными странами внутри группировки – субинтеграции. Примером такой формы является тесное сотрудничество России и Китая, в рамках которого Владимиром Путиным и Си Цзиньпином было подписано 17 документов, касающихся энергетического комплекса, гидроэнергетики, общих проектов в области инфраструктуры, а также поставок оборудования. Вместе с подписанным договором в мае 2014 года о поставках газа Китаю через восточный газопровод «Сила Сибири», был подписан меморандум об увеличении поставок газа КНР фактически в два раза, за счет мощностей газопровода «Алтай». В итоге подписания данных соглашений, Китайская Народная Республика становится импортером российского газа номер один в мире.

Говоря о Китае, не следует забывать его ближайшего соседа – Индию, которая достаточно давно стремится стать членом АТЭС. Если это

произойдет, то мощный альянс России, Китая и Индии даст перспективы для развития, как самих стран, так и всей интеграции в целом.

2) Возможность решения вопроса продовольственного обеспечения и продовольственной безопасности, как данного региона, так и всего мира, потому как существуют предпосылки для мощного развития сельского хозяйства. Так же, общими силами, существует возможность создания международного торгового флота, и искусственно созданных движимых торговых площадок в тихоокеанском пространстве.

3) Не следует забывать и о важности для стран этого региона, а прежде всего для России, развитие таких мощных территориальных субъектов как Сибирь и Дальний Восток, так как это перспективы для укрепления потенциала всего АТЭС. Это связано, прежде всего с тем, что данные территории фактически остаются пустующими, а это дает возможность развития производства и перераспределения трудовых ресурсов, из наиболее заселенных площадей.

В итоге хотелось бы отметить следующее: возможность реализации поставленных задач открывает совершенно новые перспективы для развития всего человечества в целом, потому как при данном ведении международных отношений, темпы экономического прироста в контексте группировки АТЭС могут стать существенно выше, чем темпы прироста всего остального мира, что позволяет решать проблемы, связанные не с отдельно взятыми странами, а всего человечества в целом. Аналитики Востока и Запада едины во мнении, что в последние десятилетия, многие общие принципы глобального управления достигаются повторно. Однако впоследствии не хватает действий в отношении продолжения реализации этих принципов и совместного сотрудничества. Тем не менее, именно АТЭС, не имеющая сложного бюрократического аппарата дает надежду на адекватное функционирование интеграционной группировки и равномерного развития всех стран-участниц.

Литература

1. Алексеенко Д.А., Криворотова Н.Ф Проблемы реэкспортных операций в рамках таможенного союза ЕАЭС // В сборнике: Экономический анализ и аудит: теория и практика // сборник научных статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции. Ответственный редактор Т.Н. Урядова. 2014. — С. 9–11.

2. Криворотова Н.Ф Современная денежно-кредитная политика и ее роль в формировании национальной рыночной экономики // В сборнике: модернизация экономики и управления // Международная научно-практическая конференция. Под общей редакцией В.И. Бережного; Северо-Кавказский федеральный университет. Ставрополь, 2014. — С. 11–13.

3. Криворотова Н.Ф Институциональные аспекты внедрения режима таргетирования инфляции // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2014. № 6 (45). — С. 139–142.

Секція 10: МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

Вірбулевська Олена Вікторівна

Старший викладач

Бородай Анжеліка Олександрівна

студентка кафедри фінанси та кредит Кременчуцького

Національно Університету імені М. Остроградського

м. Кременчук, Україна

УКРАЇНА У ПРОЦЕСАХ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ

Міжнародна міграція робочої сили – це процес організованого або стихійного переміщення працездатного населення з країни до країни, викликаний причинами економічного, політичного чи іншого характеру. Міжнародні міграційні процеси потребують регулювання як з боку держав, що беруть участь в обміні трудовими ресурсам, так і контролю соціального, вікового та професійного складу мігрантів. Зростання відкритості українського суспільства неминуче приводить до дедалі більшого втягнення України в міжнародний обмін робочою силою.

Міграція робочої сили для України на даний час має як позитивні так і негативні наслідки. До позитивних можна віднести можливість громадян покращити своє матеріальне та соціальне становище. До негативних – причини стрімкого скорочення чисельності населення, масовий відтік інтелектуальних кадрів, можливість приховування мігрантами доходів і ухилення від податків.

Міжнародна міграція робочої сили ґрунтується на можливостях, умовах і прагненні працездатного економічно активного населення працювати у будь-якому регіоні, країнах світового співтовариства з метою вдоволення своїх життєвих потреб. Також можна виділити види (рис. 1) та основні причини, які зумовлюють міжнародну міграцію робочої сили (рис. 2).

Під впливом глобалізаційних процесів у світі формується принципово нова міграційна ситуація, що характеризується безпрецедентним розширенням масштабів міжнародної міграції; фемінізацією трудової міграції; якісною зміною міграційних потоків.

Трудова міграція повинна враховуватися при стратегічному економічному плануванні, при формуванні політики зайнятості, освітньої політики, розробці інвестиційних програм і на центральному, і на регіональному рівнях. Застосування цих мір сприятиме подальшому забезпеченню ефективності реалізації міграційної політики України.

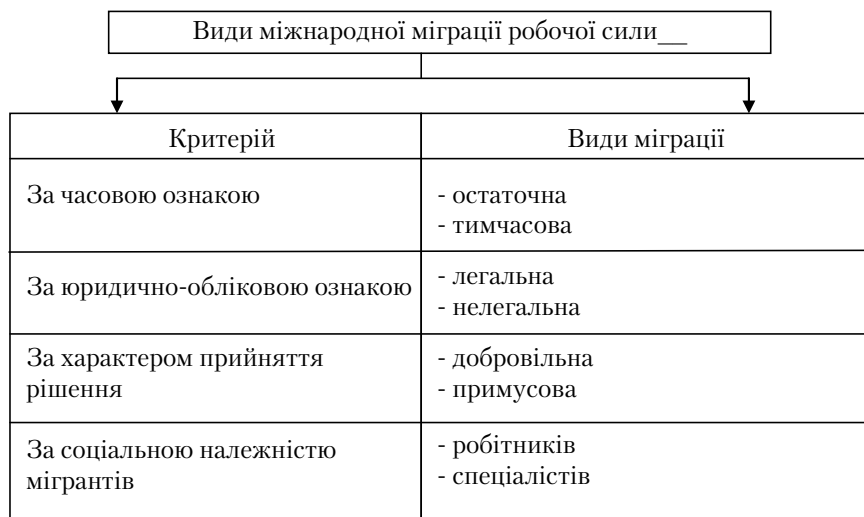


Рис. 1. Основні види міжнародної міграції робочої сили

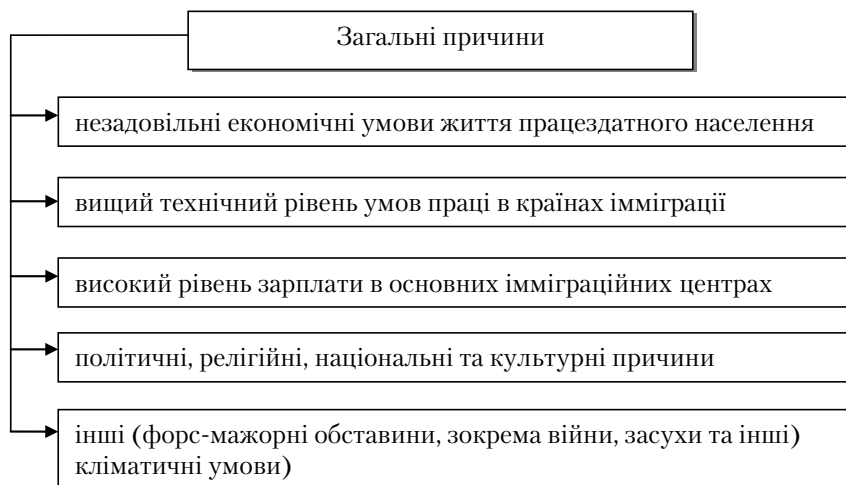


Рис. 2. Основні причини, які зумовлюють міжнародну міграцію робочої сили

Література

1. Ольшевська І.П. Міжнародна міграція людських ресурсів: автореф. дис.на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук.: 08.00.02 / І.П. Ольшевська. – К.: КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, 2007

2. Горбач Л. Міжнародні економічні відносини: Підручник / Людмила Горбач, Олексій Плотніков. — К.: Кондор, 2005. — 263 с.

3. Зовнішні трудові міграції населення України / За ред. Е.М. Лібанової, О.В. Позняка. — К.: РВПС України, 2007. — С. 52–58.

4. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник/ Під ред. К.Е. Стровського. — М: ЮНИТИ, 1999. — 823 с.

5. Економічна теорія: Підручник / В.М. Тарасевич, В.В. Білоцерківець, С.П. Горобець, О.В. Давидов та ін.; За ред. В.М. Тарасевича; М-во освіти і науки України, Нац. металургійна акад. України. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 779 с.

6. Міжнародна економіка: Підручник / Григорій Климко, Віра Рокоча.; Ред. Анатолій Румянцев.; Київський нац. ун-т ім. Т.Г. Шевченка. — К.: Знання-Прес, 2003. — 447 с.

Гладченко А.Ю.

к. е. н.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

МЕЖІ ЗАСТОСУВАННЯ КЛАСИЧНИХ КОНЦЕПЦІЙ ФОРМУВАННЯ ПЕРЕДУМОВ ЕКОНОМІЧНОЇ РІВНОВАГИ

У контексті всеосяжної глобалізації світогосподарських зв'язків ті країни які демонструють економічну рівновагу менше страждають від фінансових криз, гео економічних війн, інтеграційного тиску та інших проявів зовнішніх загроз нестабільності. Однак таких країн вкрай мало і результати їх економічних рішень які ведуть до економічної рівноваги скоріше можна вважати випадковістю ніж закономірністю, це підтверджується нещодавніми регіональними кризами які переросли в глобальне явище під час якого лише не багато країни змогли утримати економіку від дестабілізації. Турбулентний розвиток світового господарства і міжнародних економічних відносин свідчить, що наявні теоретичні опрацювання щодо пояснення економічної рівноваги не дозволяють вирішити новітні емпіричні структурні проблеми розвитку в країнах не залежно від ступеня економічного розвитку. Історія економічної науки свідчить, що достатня кількість визначних економістів так чи інакше акцентували увагу у своїх працях на проблемах економічної рівноваги, досить назвати імена А. Сміта, Д. Рикардо, Р. Барр, Т.Р. Мальгуса, Д.С. Милля, Д.М. Кейнса, П. Самуельсона, Д. Медоуз щоб стало очевидним, що фундаментальна економічна наука не обходила ці запитання своєю увагою.

Однак слід визнати, що категорія економічної рівноваги останнім часом зазнає значні трансформації в сучасному світовому господарстві. Тому ключовим аспектом зазначеної проблеми є виявлення меж існуючих теоретичних пошуків у сфері економічної рівноваги, і оцінка ефективності їх використання для сучасних економічних систем в умовах глобалізації. Перш ніж почати авторський аналіз концепцій досягнення рівноваги слід підкреслити що на нашу думку призма через яку слід відображати існуючі концепції та ефективність їх застосування це тип пануючих в певний відрізок часу соціально-економічних відносин, який свого часу К. Маркс назвав соціально-економічною формацією. Така точка зору обумовлена насамперед тим що кожна модель в якійсь мірі працювала в певній системі економічних відносин і при зміні цих елементів або додаванні нових факторів модель, що пояснює систему вже не могла точно впоратися зі своїм призначенням.

Так, окреслюючи релевантні теорії в проблематиці економічної рівноваги, слід підкреслити, що перші дослідження в цій області з'явилися ще у XVIII столітті – у вигляді моделі Ф. Кене (1694–1774 рр.). У даній моделі економічна рівновага досягається шляхом встановлення обмінних процесів між основними класами суспільства: класом фермерів (виробничий клас), класом власників (дворяни, духовенство, чиновники) і безплідним класом (ремісники). Однак неспроможність свого існування проявилася вже через кілька десятиліть свого існування, модель Кене зазнала серйозної критики за двома основними причинами: 1) через свою аграрну спрямованість; 2) через політичний устрій, тому що автор вважав абсолютну монархію найкращим типом держави. Разом з цим поява промислової революції, що супроводжувалась боротьбою трудящих за свої права багато в чому змінили суспільну свідомість і типологію економічної організації того часу. Політичні та економічні кризи XIX століття вимагали більш сучасних підходів. І вони з'явилися у вигляді моделей економічної рівноваги Т. Мальгуса К. Маркса та Л. Вальраса. Так, аргументи, які сформулював у своїй знаменитій книзі «Досвід про закон народонаселення» Т. Мальгус (1798) зводилися до висновку про існування «природного» закону зростання популяції людей, чисельність яких зростає в геометричній прогресії. Що ж стосується виробництва засобів до існування і життєвого рівня громадян тієї чи іншої країни, то тут зростання спостерігається в арифметичній прогресії. В результаті різної динаміки цих двох процесів виникає незатухаючий конфлікт за робочі місця, за житло, та економічні ресурси. Маючи величезну конкуренцію на ринку праці, підприємці і власники всіх видів, починають знижувати заробітну плату та погіршувати умови праці найманим працівникам. Стан кризи перманентно зростає до тих пір, поки війна, соціальний вибух, епідемія не зменшать населення. Тоді-то і настає короткостроковий

стан економічної рівноваги. Відновлюючись після спаду демографічне зростання знову відкриває шлях для відтворення господарського циклу. Однак такий теоретичний підхід до визначення рівноваги в економічній системі не знайшов широкого застосування, так як не мав практичної складової та методичної бази для прогнозування. Слід відзначити, що концептуалізація моделей економічної рівноваги в рамках аграрної системи соціально-економічних відносин на сьогодні є доволі популярною в регулюванні економічного розвитку країн світової економіки, однак такий механізм в якійсь мірі перестає забезпечувати процеси економічної рівноваги однак з значною наполегливістю застосовується в значній кількості країн світової економіки. Таким чином розробка альтернативних теоретичних опрацювань має значний інтерес і практичну цінність.

Кузьмінська Ю.Р.

*студентка 4 курсу спеціальності «Міжнародна економіка»
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ДЕМПІНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Комплексне визначення демпінгу, яким, зокрема, користуються уряди країн при розробці національних антидемпінгових законодавств, міститься у Антидемпінговому кодексі («Угода про інтерпретацію ст. VI ГАТТ 1994 року», яка є обов'язковою для підпису усіма членами СОТ), розробленому Світовою Організацією Торгівлі:

«Демпінг* — це продаж товару на зовнішніх ринках за ціною, нижчою від ціни, за якою даний експортер продає свої товари на внутрішньому ринку, і одночасно нижчою за ціну аналогічних товарів на внутрішньому ринку країни-імпортера» [3].

За статистикою СОТ, країною, експортери якої найчастіше збувають свою продукцію на зовнішні ринки за демпінговими цінами, є Китайська Народна Республіка. Крім цього, до трійки лідерів за даним критерієм входять Республіка Корея і Тайпей (рис. 1).

* Саме слово «демпінг» походить від англійського дієслова «to dump», що означає скидати, звалювати, розвантажувати, кидати.

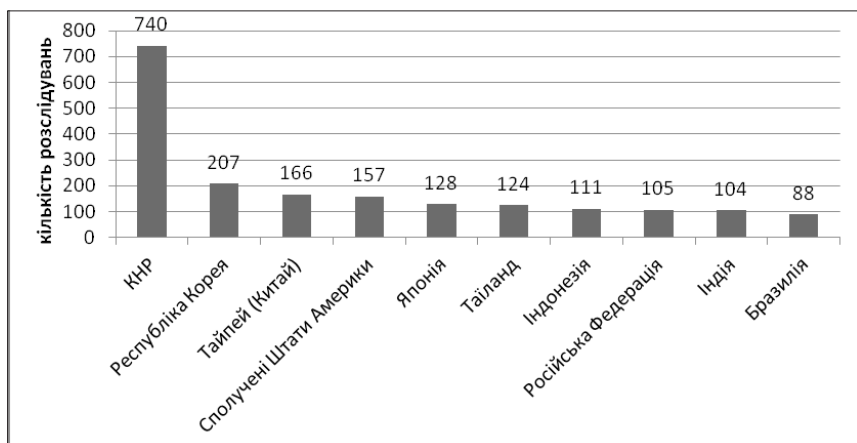


Рис. 1. Кількість ініційованих проти країн антидемпінгових розслідувань за період 1995–2014 рр.

Джерело: побудовано за даними Світової Організації Торгівлі // http://www.wto.org/english/tratop_E/adp_e/AD_InitiationsByExpCty.pdf

Як видно з рис. 1, десятку країн за кількістю проведених демпінгових заходів формують у більшості країни, що розвиваються. Проте ця ж група країн, за даними СОТ, є найактивнішими користувачами антидемпінгових заходів. Ця тенденція є характерною для останнього десятиліття, але так було не завжди. Традиційно вважається, що «історичну» групу найактивніших користувачів демпінгових заходів у міжнародній торгівлі складає четвірка розвинених країн — США, країни-члени ЄС, Канада і Австралія. Проте у сучасному світі значну частку глобального використання антидемпінгу як інструменту захисту внутрішнього ринку, принаймні якщо судити по частоті ініційованих справ та введених в дію заходів, акумулюють країни з нещодавно складеного списку СОТ «new user», до якого входять Аргентина, Бразилія, Колумбія, Індія, Індонезія, Мексика, Перу, Туреччина і Венесуела, тобто — країни, що розвиваються. Ці 9 країн, які становлять 5,7% від загальної кількості країн-членів СОТ, за останнє десятиліття ініціювали близько 40% від усіх нових антидемпінгових розслідувань і 45% від усіх нових заходів, які були введені в дію за цей же період. Це істотне зрушення у порівнянні з попереднім десятирічним періодом, коли чотири «історичні» користувачі антидемпінгових заходів, згадані вище, ініціювали майже 75% всіх антидемпінгових розслідувань [8].

Можна виділити два основні рівні здійснення антидемпінгового регулювання: національний (на рівні держави), регіональний (на рівні інтеграційних угруповань, що знаходяться на стадії економічного та валютного союзу) та міжнародний (на рівні міжнародних організацій).

Щодо національного рівня, то варто зауважити, що антидемпінгове регулювання здійснюється як у країні-експортері товарів за демпінговими цінами, так і у країні, яка є об'єктом даного способу нечесної конкуренції. В Україні інституційну та нормативну базу щодо обмеження демпінгової діяльності формують Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі, Державна митна служба України та Закон України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» [1; 2].

Основним регулятором демпінгових питань на міжнародному рівні є СОТ, і зокрема – Комітет з антидемпінгової практики у її складі (діяльність Комітету регламентована у Розділі II Антидемпінгового кодексу). Комітет складається з представників усіх країн-учасниць СОТ і може створювати свої окремі підрозділи [6].

Комітет збирається не рідше двох разів рік і надає членам СОТ можливість обговорити будь-які питання, пов'язані з Антидемпінговим кодексом. У повноваження Комітету входить також перевірка національного законодавства країн-учасниць СОТ на відповідність положенням Кодексу. Комітет розглядає повідомлення про антидемпінгові заходи, вжиті країнами-членами, надаючи можливість обговорити спірні питання. Так, наприклад, Комітет з антидемпінгової практики збирався 24 жовтня 2012 року, в ході чого були розглянуті доповіді 32 країн по проведених ними антидемпінгових заходах та було обрано нового голову Комітету: нею стала Алана Хадсон [8].

Динаміка щорічної кількості ініційованих антидемпінгових розслідувань у світі (див. рис. 2) свідчить про, в цілому, ефективну діяльність СОТ у напрямку лібералізації міжнародної торгівлі.

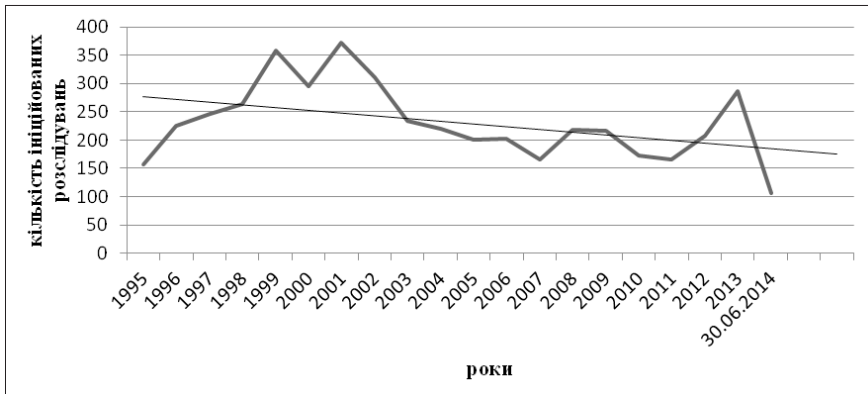


Рис. 2. Кількість ініційованих антидемпінгових розслідувань за період 1995–2014 роки.

Джерело: побудовано за даними Світової Організації Торгівлі // https://www.wto.org/english/tratop_e/adp_e/adp_e.htm

Національний, регіональний та міжнародний рівні регулювання демпінгової діяльності тісно пов'язані: кожна країна-учасниця СОТ має спеціальні органи, уповноважені на проведення антидемпінгових розслідувань, які звітують перед Комітетом про вжиті ними заходи. Розглянемо дану процедуру на прикладі країн ЄС (рис. 3).

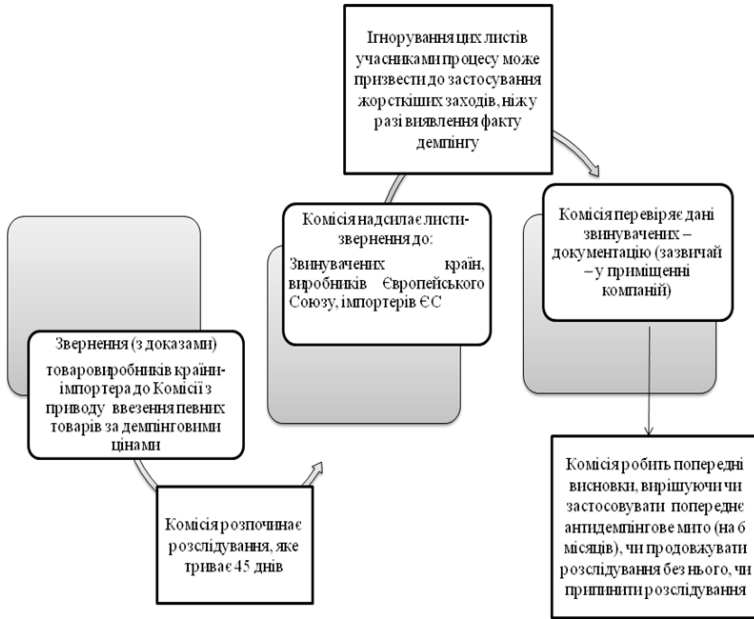


Рисунок 3. Схема проведення антидемпінгового розслідування Європейською Комісією.

Джерело: побудовано за даними Європейської Комісії // <http://ec.europa.eu/trade/tackling-unfair-trade/>

У складі Європейської Комісії діє Генеральний директорат з торгівлі (DG Trade), який безпосередньо займається проведенням антидемпінгових розслідувань [7]. Основним нормативним актом Європейського Союзу, який регулює порядок проведення антидемпінгових процедур, права та обов'язки їх учасників, є Регламент Ради (ЄС) № 1225/2009 від 30 листопада 2009 «Про захист від демпінгового імпорту з країн, які не є членами Європейського співтовариства» [7]. В цілому положення даного Регламенту відповідають положеннями Антидемпінгового кодексу. Цікавою особливістю внутрішніх демпінгових процесів у країнах ЄС є те, що тут найчастіше зустрічається соціальний демпінг. У країнах-членах з нижчими стандартами праці товаровиробники мають нижчі витрати на виробництво (в першу чергу – на оплату праці), і тому вони мають змогу

занижувати ціни на свою експортну продукцію, не отримуючи при цьому значних збитків, і набувати таким чином конкурентних переваг [4]. Проте це — не єдина форма вияву соціального демпінгу. Дуже часто європейські роботодавці наймають працівників з країн Східної Європи, які готові працювати за меншу, у порівнянні з національними стандартами, заробітну плату. Наслідком цього є зростання безробіття у країнах-імпортерах дешевої робочої сили, і у такому випадку також говорять про соціальний демпінг. Звичайно, такі дії роботодавців викликають обурення у населення. Так, наприклад, 23 січня 2013 року у Брюсселі відбулася демонстрація працівників сфери будівництва, транспорту та агропромислового комплексу, які виступали проти соціального демпінгу, вимагаючи підвищення стандартів праці для іноземних заробітчанин [5].

Для проведення антидемпінгового розслідування позивач (конкретні товаровиробники країни, по відношенню до якої здійснюються демпінгові заходи) повинен звернутися до Комітету СОТ з письмовою заявою, в якій міститимуться вагомі докази проведення імпортерами демпінгу. У заяві повинна міститись наступна інформація: особа заявника та обсяг і вартість вітчизняного виробництва товару, який є предметом здійснення демпінгу, цим заявником, повний опис товару, який підозрюється у ввезенні в країну за демпінговими цінами, назва країни-експортера та конкретних іноземних товаровиробників-експортерів, ціни на даний товар на внутрішньому ринку країни-експортера та про його експортну ціну для конкретної країни-імпортера, обсяги імпорту товару за демпінговою ціною та завдану шкоду для внутрішнього ринку країни-імпортера (наприклад, зниження обсягів продажів національними виробниками у зв'язку з ввезенням товарів за штучно заниженими цінами, зниження доходів національних виробників, зменшення їх частки ринку і т.д.) [6].

Зрозуміло, великі складнощі виникають при визначенні справедливого рівня ціни на той чи інший товар або його нормальної вартості. Для цього проводять спеціальне розслідування і порівнюють ціни, які потенційно можуть бути демпінговими, з цінами на даний або аналогічний йому товар, що переважали протягом певного попереднього періоду в країні-експортері. Якщо попередній рівень цін визначити неможливо, то, за правилами СОТ, нормальною вартістю товару вважається або його експортна ціна на ринках третіх країн, або сума витрат виробництва на даний товар, інших витрат та розміру прибутку. [4] За правилами СОТ, для проведення антидемпінгового розслідування величина демпінгу має бути більшою, ніж 2% від експортної ціни товару, а обсяг імпорту товару за потенційно демпінговими цінами має бути більшим, ніж 3% від загального обсягу його імпорту. Окрім цього, обов'язковою умовою розслідувань є наявність фактів заподіяної шкоди національним товаровиробникам від демпінгу з боку іноземних конкурентів. Звинувачена

у демпінгу країна має 30 днів для відповіді на позов. Самі ж розслідування повинні, за винятком особливих обставин, бути завершені протягом одного року, і в жодному разі не більше 18 місяців після їх початку [6]. За результатами розслідування країні-позивачу може бути дозволено введення антидемпінгових заходів (найчастіше — антидемпінгового мита), проте у розмірі, не більшому за величину завданої шкоди від демпінгу. Країни можуть оскаржити введення остаточних, а в деяких випадках — і попередніх антидемпінгових заходів. Суперечки між країнами в області застосування антидемпінгових заходів підлягають обов'язковому розгляду Органом з врегулювання суперечок СОТ*, який діє відповідно до положень Домовленості про врегулювання суперечок [6].

Отже, демпінгове регулювання здійснюється на двох рівнях — міжнародному та національному. На міжнародному рівні основним регулятором є Світова Організація Торгівлі та розроблений нею Антидемпінговий кодекс. Національний рівень антидемпінгового регулювання має відповідати міжнародним стандартам.

Література

1. Заходи щодо товарів походженням із України на зовнішніх ринках: Звіт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 17.01.2013. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=90081/
2. Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту: Закон України від 22.12.1998 № 330-XIV-ВР. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/330-14/>
3. Antidumping Agreement: Agreement on implementation of Article VI of the General Agreement on Tariffs and Trade 1994 from 15.04.1994 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/19-adp.pdf/
4. Eurofound. Social dumping [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.eurofound.europa.eu/areas/industrialrelations/dictionary/definitions/SOCIALDUMPING.htm/>
5. Europolitics. Demonstration in Brussels against social dumping [Електронний ресурс]. — Режим доступу <http://www.europolitics.info/social/demonstration-in-brussels-against-social-dumping-art347420-25.html/>
6. Technical Information on anti-dumping [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.wto.org/english/tratop_e/adp_e/adp_info_e.htm/
7. The EU's anti-dumping policy [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ec.europa.eu/trade/tackling-unfair-trade/trade-defence/anti-dumping/investigations/>
8. WTO news. Members review anti-dumping actions [Електронний ресурс]. — 24 October, 2012. — Режим доступу: http://www.wto.org/english/news_e/news12_e/anti_25oct12_e.htm/

* Dispute Settlement Body of the WTO.

Oksana Polishchuk

*Ph.D., Department of Management, Economics and Business
National Aviation University*

STRATEGY OF PROVIDING INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF DOMESTIC ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF NATIONAL DEVELOPMENT PRIORITIES

Nowadays competition is the driving force for company's existence and development in the market economy. Moreover, it is the source of the vitality for enterprises. Companies make a product, and people buy it based upon their opinion that it is the best price for the best quality they can get. If a company makes a product at a price which is too high, other companies will seek a way to undercut them and, as a result, steal their customers away. It sounds like it is not very nice, but, and this is a big but, that is the real world. This is the "arena" of international competitiveness in the early years of the new millennium.

The issue of firms' competitiveness is greatly debated today among managers, politicians as well as academics.

D. Depperu and D. Cerrato in their paper "Analyzing international competitiveness at the firm level: concepts and measures" clearly demonstrate increasing interest around the issue of competitiveness at the world level. According to the authors, international competitiveness is a firm's capability to achieve higher performance than its competitors in foreign markets and preserve the conditions that sustain its higher performance. They also outline that a firm's international competitiveness may diverge from its competitiveness in the home country. As a matter of fact, a firm might be profitable in its country with a large domestic market share, but it might show low international competitiveness in case the domestic market is protected by barriers to international trade. In this case the present competitiveness would be compromised if domestic market were opened to trade. In addition, some firms may sacrifice competitiveness in the home market for a greater penetration in foreign markets [2].

The different dimensions of competitiveness are strongly interrelated. For example, D. Depperu argues that a country's competitiveness factors are determinants of its firms' international competitiveness. On the other hand, the most evident aspect of a country's international competitiveness is represented by its firms' competitiveness in comparison to other countries' firms.

Thus, authors identify some determinants of international competitiveness, which are as follows [2]:

- price relative to competitors;
- productivity – output per worker;
- unit costs;
- state of technology;
- investment in capital equipment;
- technology;
- quality;
- reliability.

On the other hand, the measure of international competitiveness could rely on the following factors:

1) Quality of international customers – such indicator could be measured in terms of dimension, notoriety, reputation and rate of fidelity of foreign customers;

2) Brand recognition in international markets – such indicator measures an intangible resource which is increasingly considered as a key determinant of a firm's competitive potential;

3) Listing in foreign stock exchange – such parameter is a proxy of the capability of attracting financial resources at the international level;

4) Number of international patents and trademarks.

Recent research by D. Depperu and D. Cerrato shows that international competitiveness refers to the ability of a firm to provide goods and services which provide better value than their overseas rivals. Practically, a competitive company has a unique selling proposition that is truly unique in price, quality or innovation, in a way that really matters to its customers. In other words, this is competitive advantage but on an international scale [2].

D. Ball in his book “International Business. The Challenge of Global Competition” focuses on a firm's international competitiveness. The author advocates the idea that is necessary to move from the distinction between internationalization and international competitiveness. In his view, international competitiveness is a broader construct than the degree of internationalization. A higher degree of internationalization, for example in terms of foreign sales, cannot fully capture a firm's competitiveness abroad if such information is not integrated by information about how a foreign expansion affects a firm's profitability. In other terms, the degree of internationalization expresses the firm's presence abroad, while competitiveness refers to how such presence is gained and sustained [4].

The truth of the matter is it is essential for business to strive to improve competitiveness. It's not a secret that every business has a competitive strategy.

The topic of competitive strategies is discussed by professors of Business Administration at Harvard Business School. They strongly claim that the purpose of its competitive strategy is to build a sustainable competitive

advantage over the organization's rivals. It defines the fundamental decisions that guide the organization's marketing, financial management and operating strategies. In other words, competitive strategy answers the main question: how do we define our business today and how will we define it tomorrow? Consequently, strategy is to be understood as long-term direction of development which is determined on the basis of internal possibilities and position in the environment and which leads the subject to the objectives. H. Ansoff defines strategy as the summarizing model of the activities required for the achievement of the objectives through coordinating and allocating available resources [5]. A. Strickland considers strategy as a system of priorities which includes creation and withholding of competitive advantages [1]. According to M. Porter, strategy is the optimum selection of activities. It is a system of priorities which includes creation and withholding of competitive advantages [3].

Surveys show that development of competitive strategy solves the task of determining strategic business area. It allows creating, strengthening and realizing the company's competitive advantage. The use of various international marketing competitive strategies supported by the system of strategic, operational and tactical decisions concerning international economic activities helps any company to find their own market position in international competitive environment.

In the paper "Industry structure and competitive strategy: keys to profitability" M. Porter points out that choosing a variant of international strategy, it is necessary to evaluate the coincidence of key success factors of the industry, market and company. The key success factors are referred to as sets of skills and resources which affect most significantly the competitive advantages and functioning indexes of a particular market. With references to M. Porter, a company acquires a steady competitive advantage when its key competences coincide with the key success factors of the industry and the markets the company competes on. The key competences are formulated on the basis of enterprise's strengths and weaknesses evaluation. They can be considered as competitive advantages which are difficult for copying. Therefore M. Porter concludes that companies can increase their international competitiveness by:

- rationalization output to get rid of high cost plants;
- relocating to places where labor costs are lower;
- process innovation;
- product innovation;
- incorporating the latest technology into investment;
- sourcing from abroad where appropriate;
- seeking out new market opportunities;
- improving relationships with suppliers and customer;
- government's role to improve international competitiveness [3].

Finally, it's needed to mention that competitiveness is a dynamic concept. To be competitive means that a firm has sustainable competitive advantages. The issue of sustainability makes it necessary to analyze those advantages as ongoing processes rather than as a static process.

Generally, competitiveness is considered synonymous to success. In very simple terms, success can be intended as achievement of company objectives.

Industrial enterprises all over the world face ever increasing competition. Due to globalization and the dominance of the market economy this has become a reality for companies in developing countries. They face new demands of increased productivity, quality and client orientation. Consequently, promoting competitive advantages becomes one of the most important issues for the continued development of enterprises. In today's volatile business environment, competitive advantages of firms are temporary. Top managements do not, and cannot, have all the answers to increasingly complex and rapidly changing problem situations their firms are facing.

Without a well-defined strategy, organizations will be driven by current operational issues rather than by a planned future vision. Competitive strategy as a theoretical model will contribute to strengthening the competitive edge of enterprises within the global dynamics of knowledge.

References

1. A Competitive Strategy Model [Text] / Strickland George // Harvard Business Review. – 2005 – P. 107–119.
2. Analyzing international competitiveness at the firm level: concepts and measures [Text] / Depperu Donatella; Cerrato Daniele // IGI Global. – 2010. – 399 p.
3. Industry structure and competitive strategy: keys to profitability [Text] / Porter Michael // Financial Analysts Journal. – 2009. – P. 30–41
4. International Business. The Challenge of Global Competition [Text] / Ball David // – New-York: Mc Graw-Hill, Inc, 1996. – 773 P. – ISBN: 0-256-16601-3.
5. Strategies for Diversification [Text] / Ansoff H. Igor // Harvard Business Review. – 2000. – P. 113–124.

Фролов Олександр Олександрович

студент 3 курсу

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

ЩОДО ДЕЯКИХ ПИТАНЬ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Міжнародна економічна інтеграція — це вищий рівень розвитку міжнародних економічних відносин, коли інтернаціоналізація господарського життя проявляється у переплетінні національних господарств двох або кількох країн та проведенні ними узгодженої міждержавної торговельно-економічної політики.

Динамічний розвиток процесів міжнародної економічної інтеграції зумовлений:

- економічним розвитком країн, їх груп та регіонів світу в умовах нерівномірного розподілу ресурсів;
- закономірностями науково-технічного прогресу;
- тенденціями демографічного розвитку;
- наявністю і необхідністю вирішення глобальних проблем (енергетичної, продовольчої, економічної, охорони навколишнього середовища, використання світового океану та космосу, економічного зростання та народонаселення, економічної безпеки, роззброєння);
- різким скороченням відстаней за рахунок розвитку транспортно-комунікаційних мереж,
- ринковою «уніфікацією» економічного розвитку.

Як теоретично обґрунтовані і практично апробовані виділяють такі 6 основних форми міжнародної економічної Інтеграції: зона преференційної торгівлі; зона (асоціація) вільної торгівлі; митний союз; спільний ринок, економічний та політичний союзи.

Зона преференційної торгівлі являє собою зону з пільговим торговельним режимом, коли дві або кілька країн зменшують взаємні тарифи по імпорту товарів, зберігаючи рівень тарифів у торгівлі з іншими країнами, Найбільш показовим історичним прикладом такої форми інтеграції є преференційна система Британського співтовариства (1932 р.), що об'єднавала 48 держав,

У зонах вільної торгівлі діє особливий пільговий торговельний режим для країн-учасниць за рахунок усунення внутрішніх тарифів при їх збереженні в торгівлі з іншими країнами. Типовими прикладами є Європейська асоціація вільної торгівлі (1960 р.), зона вільної торгівлі США— Канада (1988 р.).

Митний союз — це угода двох або кількох держав, що передбачає усунення внутрішніх тарифів та встановлення спільного зовнішнього тарифу. Такі угоди діяли у Бенілюксі (з 1948 р.) та Європейському союзі (з 1968 р.).

У межах спільного ринку забезпечується вільний рух не тільки товарів, а й послуг, капіталів і громадян (робочої сили). Такі умови економічних взаємовідносин у цілому характерні нині для Європейського союзу.

В економічному союзі вільний рух факторів у результаті виробництва доповнюється гармонізацією внутрішньої та зовнішньої економічної політики. У країнах-учасницях функціонує, як правило, єдина грошова одиниця. Прикладом таких союзів є Бенілюкс (з 1960 р.) США, до 1991 р. — колишній СРСР.

На основі економічних створюються політичні союзи, в яких поряд з економічною забезпечується і політична інтеграція.

Економічна природа інтеграційних угруповань та взаємовідносин між країнами, що їх утворюють, зумовлюють логіку і спадкоємність у становленні та розвитку форм міжнародної економічної інтеграції.

Для створення економічного інтеграційного угруповання двох або кількох країн необхідні певні політико-правові, економічні, соціально-культурні та інфраструктурні умови.

Ефективність міжнародної економічної інтеграції досягається за рахунок:

- усунення дискримінації та бар'єрів між країнами — учасницями інтеграційних угруповань у русі товарів, послуг, капіталу, робочої сили і підприємництва;
- стандартизації та уніфікації у виробничо-комерційній сфері;
- динамічного ефекту внаслідок розширення ринку і економії на масштабах виробництва,
- забезпечення достатнього рівня конкуренції.

Для зрілих інтеграційних угруповань (спільний ринок, економічний та політичний союзи) характерними є такі риси:

- синхронізація процесів відтворення у межах груп країн;
- створення господарського комплексу з тісними взаємозв'язками національних економік і пріоритетом власного поділу праці;
- особливі механізми регулювання переважно через наднаціональні органи;
- узгоджена політика як у взаємних економічних відносинах, так і у відносинах з іншими країнами та їх групами.

Висновок

У цілому послідовний розвиток форм міжнародної економічної інтеграції забезпечує більш повне і раціональне використання економічного

потенціалу країн та підвищення темпів їх розвитку. Водночас вирішуються важливі питання соціальної політики як внаслідок об'єктивно зумовленого зниження цін на основні товари і послуги та створення нових робочих місць, так і через концентрацію зусиль країн-учасниць на пріоритетних програмах соціально-економічного розвитку.

Слід також зазначити, що в зрілих інтеграційних угрупованнях виробляються і реалізуються потужні та дійові механізми й інструменти забезпечення групової економічної безпеки.

Тим часом, незважаючи на очевидні економічні переваги, процеси міжнародної економічної інтеграції перебігають у складному переплетінні політичних і соціально-економічних проблем. Основними чинниками, що зумовлюють виникнення та існування таких проблем, є:

- націоналізм; традиційні конфлікти між окремими країнами та групами країн; ідеологічні розходження,
- політико-правові, економічні й соціально-культурні відмінності країн-учасниць; збільшення витрат при реалізації регулюючих функцій на наднаціональному рівні; суперечності розширення складу інтеграційних угруповань та ін.

Сучасним процесам міжнародної економічної інтеграції притаманні певні особливості, а саме:

- динамізм процесів міжнародної економічної інтеграції в цілому;
- нерівномірність розвитку і реалізації форм міжнародної економічної інтеграції;
- розвиток поряд з інтеграційними дезінтеграційних процесів;
- переважний розвиток регіональних міжнародних економічних угруповань (економічний регіоналізм);
- формування реальних умов світової економічної інтеграції.

Великий досвід і потенціал регіональної міжнародної економічної інтеграції має Європа, що зумовлено як політичними і соціально-економічними особливостями розвитку європейських країн у період після другої світової війни, так і сучасними тенденціями розвитку світової економіки, коли остаточно формуються три світових економічних центри (Європа, Північна Америка з домінуючою роллю США та Азія з пріоритетом Японії).

Чава Олександра Русланівна

*студент кафедри міжнародних економічних відносин
Одеського Національного Економічного Університету
м. Одеса, Україна*

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ВИНОРІБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ефективна взаємодія економіки України з міжнародними ринками можлива за умови розвитку експортного потенціалу і розширення зовнішніх ринків збуту товарів. Основні тенденції розвитку сучасного міжнародного бізнесу свідчать, що без ефективної системи управління неможливо забезпечити конкурентоспроможність на світовому ринку. Таким чином, особливо актуальними є проблеми розробки ефективних методів удосконалення управління експортною діяльністю підприємства, що забезпечить успіх країни та її підприємств у їх боротьбі за світогосподарські позиції.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідження проблем управління експортною діяльністю підприємства, формування та використання експортного потенціалу й ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємств знайшли відображення у роботах Авідзби А.М., Бузні А.Г., Валуйко Г.Г., Власова В.В., Гаркуші О.М., Домарецького В.А., Додонова С.В., Єрмакова О.Ю., Лянного О.Д., Мелешко Л.Ф., Матчиної І.Г., Оганесянца Л.А., Панасюка А.Л., Рибінцева В.О., Соколова В.І., Спектора Я.С., Тулаєвої М.І., Фуркевича В.О., Червена І.І., Черемісиної С.Г., Шерера В.О. та інших. Дослідження цих учених є теоретичною основою формування багаторівневої системи управління експортною діяльністю підприємства.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Узагальнення наукових і прикладних розробок з цієї проблематики свідчать про те, що залишаються недостатньо досліджуваними саме виноробні підприємства Одеського регіону в контексті удосконалення управління експортною діяльністю.

Постановка завдання. Мета даної статті — розглянути комплекс заходів щодо удосконалення ефективності управління експортною діяльністю вітчизняного виноробного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для будь-якого вітчизняного підприємства, яке має на меті долучитись до міжнародних економічних відносин, першорядним завданням стає забезпечення успішного виходу на зовнішній ринок, як правило, вже заповнений запропонованими товарами і послугами. Структура експорту вітчизняних підприємств

в основному базується на продукції з невисоким ступенем переробки, яка користується високим попитом на світовому ринку; однак її експорт є менш ефективним, ніж експорт кінцевої продукції [1].

Об'єднання виробничих і зовнішньоекономічних видів діяльності виноробних підприємств в єдину, органічну, успішно функціонуючу систему сприяє розвитку економічно-ефективних експортних операцій. Для успішного здійснення зовнішньоекономічних операцій виноробне підприємство повинно: зміцнювати і нарощувати експортний потенціал, підвищувати міжнародну конкурентоспроможність продукції.

Управління експортними операціями підприємства здійснюється з огляду на результати аналізу ринкової ситуації та тенденції її зміни, а також з урахуванням ймовірної реакції ринку на рішення, що приймаються керівництвом компанії [2, с. 54]. За функціональним змістом управління експортною діяльністю виноробного підприємства може бути визначене як система дій і рішень, що пов'язані з формуванням, розвитком та реалізацією конкурентних переваг. Схема системи управління експортною діяльністю виноробного підприємства та взаємозв'язок між базовими її елементами наведені на рис. 1.

Дослідження особливостей управління експортною діяльністю виноробних підприємств пов'язується зі специфічним їх зовнішнім середовищем як багатокомпонентної системи з нестійкою взаємодією її елементів. У цьому середовищі відбувається зіткнення не тільки інтересів і цілей окремих підприємств, а й загальнодержавних інтересів, пов'язаних із забезпеченням безпеки і суверенітету, із захистом економічного простору держави [3, с. 9].

Основними проблемами експортної діяльності виноробних підприємств є: конкуренція з іноземними підприємствами, що виробляють аналогічну продукцію; міждержавне регулювання зовнішньоекономічної діяльності у вигляді квотування поставок, антидемпінгового законодавства, протекціоністського митного та податкового законодавства різних країн; значна небезпека втрати партій виноробної продукції внаслідок природних та транспортних катастроф у зв'язку зі збільшенням відстані транспортних перевезень; невиконання іноземним партнером своїх зобов'язань у зв'язку з політичними змінами в його країні. Тому ці обставини викликають необхідність розробки ефективних методів удосконалення управління експортною діяльністю виноробного підприємства (рис. 2).

Якщо фірма обирає варіант прямого продажу, а не через посередника, їй необхідно створити діючу експортну службу. Пропонується наступна організація експортної діяльності в загальній структурі управління зовнішньоекономічною діяльністю на виноробному підприємстві (рис. 3).

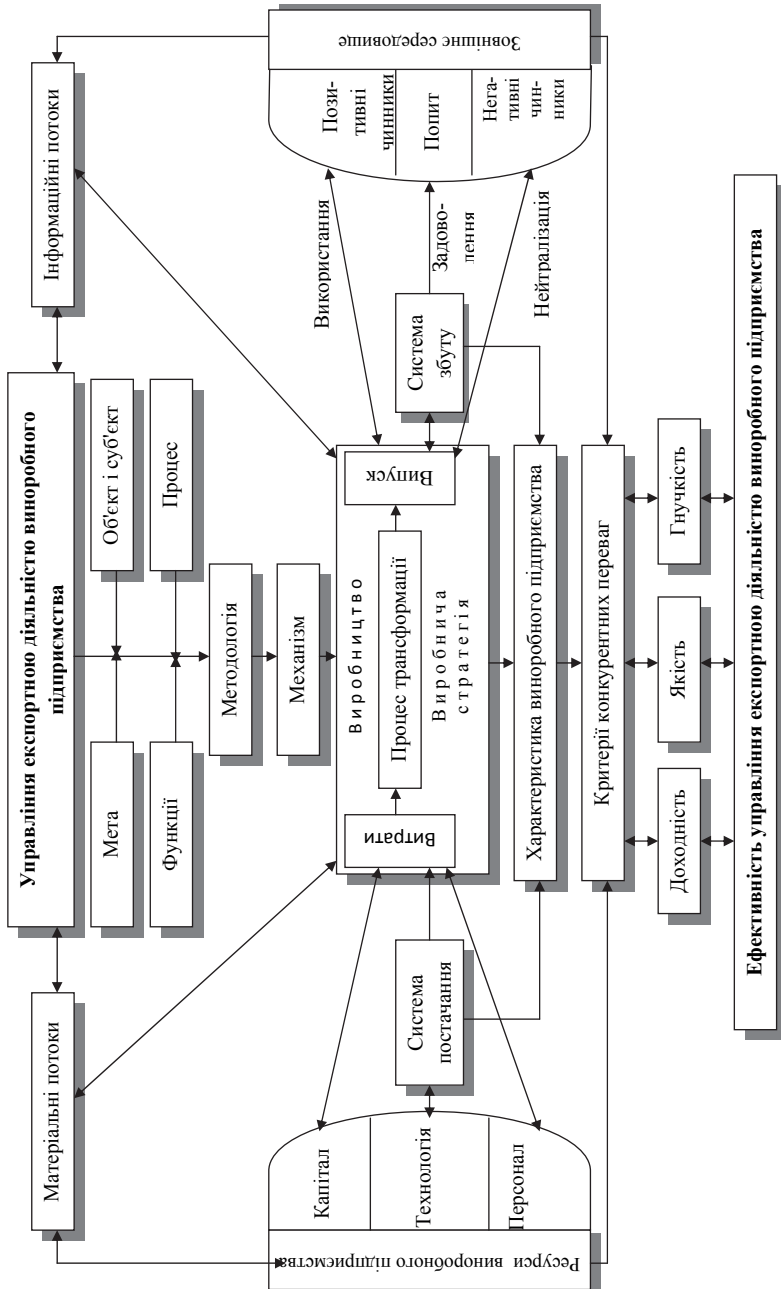


Рис. 1. Схема та взаємозв'язок елементів системи управління експортною діяльністю виноробного підприємства
Складено на підставі: [3]



Рис. 2. Розробка ефективних методів удосконалення управління експортною діяльністю виноробного підприємства
Складено автором на підставі: [5]

Головними завданнями експортної служби виноробного підприємства є: участь у розробленні стратегії ЗЕД підприємства; сприяння розвитку ЗЕД з метою прискорення його соціально-економічного розвитку; управління експортним потенціалом підприємства, постійне його зміцнення й розвиток; забезпечення виконання зобов'язань, що випливають із договорів та угод із зарубіжними партнерами; вивчення кон'юнктури іноземних ринків, збирання і накопичення відповідної інформації; організація експортно-імпорتنих операцій, забезпечення їх ефективності; здійснення рекламної діяльності; організація протокольних заходів та ін. [6, с. 4].



Рис. 3. Запропонована організація експортної діяльності в загальній структурі управління зовнішньоекономічною діяльністю на виноробному підприємстві

Висновки і перспективи подальших розробок. В роботі складено схему та взаємозв'язок елементів системи управління експортною діяльністю виноробного підприємства, розглянуто комплекс заходів щодо удосконалення ефективності управління експортною діяльністю вітчизняного виноробного підприємства. Отже, дотримуючись зазначених методів управління експортною діяльністю, підприємство має можливість вийти на світовий ринок з якісною та конкурентоспроможною виноробною продукцією, значно покращити імідж не тільки підприємства, а й країни, а також підвищити ефективність зовнішньоекономічної діяльності, що

в подальшому приведе до розширення виробництва в цілому. При роботі перспективних напрямків дослідження необхідно розрахувати економічний ефект впровадження запропонованих заходів удосконалення експортної діяльності на виноробному підприємстві.

Література

1. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібник / М.І. Дідківський. — К.: Знання, 2006. — 463 с.
2. Волкова І.А. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в діяльності підприємств [Текст] / І.А. Волкова, І.В. Гірчук // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. — 2010. — № 3 (53). — С. 53–55.
3. Бестужева С.В. Управління експортною діяльністю підприємства [Текст]: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / С.В. Бестужева; Харківський держ. економічний ун-т. — Х., 2003. — 20 с.
4. Карлик Ю.Ю. Факторний аналіз діяльності підприємства за експортними контрактами / Ю.Ю. Карлик, М.Г. Бігдан [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.rusnauka.com/Economics.htm>
5. Попова Т.Л. Удосконалення управління експортною діяльністю вітчизняного підприємства [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://professura.at.ua/forum/15-8-1>
6. Стефаненко М.М. Методологічні заходи удосконалення організації зовнішнь-економічної діяльності на підприємстві / М.М. Стефаненко // Економіка. Фінанси. Право. — 2012. — № 8. — С. 3–5.

Шапгала Сміла Дмитрівна,

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка
II курс магістратури, заочна форма, спеціальність «Міжнародна економіка»*

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЙ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сьогоднішній день пошук нових ринків збуту і просування товару на міжнародні ринки є однією з найбільш актуальних тем для українських підприємств. У зв'язку з постійними суттєвими змінами на міжнародних ринках і присутністю світових виробників, які крім усього стрімко досягають нові ринки і підвищують стандарти, українським компаніям необхідно переосмислити і переглянути існуючі стратегії виходу на міжнародні ринки, а також адаптуватися до найдрібніших подій. Безсумнівно, що при виході на зовнішній ринок українські підприємства повинні виділяти пріоритетним орієнтир на довгострокове перебування.

Питанням виходу на міжнародні ринки займалися такі авторитетні вчені, як: А.О. Старостіна, І.Я. Софіщенко, В.І. Серeda, О.В. Булкот, А.О. Длігача, Н.В. Ковтун, О.В. Бабірад-Лазунін, Л.В. Пащук, О.В. Комендант, С.А. Солнцев, Ал-Газу Али Ахмед Мохамед, Ф. Котлер, Ч. Ким і Р. Моборн, Р. Мартин, А. Лафли и Дж. Магретта, М. Портер та ін.

В даний час Україна грає не значну роль у світовому господарстві, а частка країни у світовому експорті складає менше 1%. [1] Також слід врахувати той факт, що ринок України на 80% наповнений імпортною продукцією, з якою дедалі з кожним роком стає тяжче конкурувати, а український споживач не віддає перевагу національному виробництву. Саме тому пошук та вихід на міжнародні ринки є необхідністю для українських компаній. Особливо варто зазначити, ринки сусідніх країн, насамперед, які розташовані в Східній Європі. По-перше, це дозволить збільшити товарообіг продукції, по-друге, підвищить ефективність виробництва і, нарешті, дасть додаткові можливості для розвитку бренду компанії.

Цей напрямок досліджується протягом багатьох років у різних наукових роботах, але тенденція нововведення незмінна і з кожним роком потрібні аналізи та дослідження для пошуку нових шляхів вирішення проблем, можливо вони навіть і призведуть до розробки нових стратегій.

Отже найдоцільніше для українських компаній буде більш детальний розгляд основ виходу на міжнародні ринки. Перш за все вибрати спосіб виходу на міжнародний ринок, метод, позиціонування, а пізніше і саму стратегію.

		Привабливість для інвестування		
		Висока	Середня	Низька
Витрати при вступі на ринок	Високі	Власне підприємство за кордоном	Збір	Франчайзинг
	Середні	Спільне підприємство на паритетних засадах	Промислова кооперація(підрядне виробництво)	Контракти з продажу ліцензій, ноу-хау
	Низькі	Експортний продаж через власне представництво	Управління за контрактом	Експорт через агентів або імпортерів

Рис. 1. Матриця вибору способів виходу на міжнародні ринки [2, с. 83]

Слід приділити увагу методам виходу на міжнародний ринок, так як це визначальний момент для компанії та її подальшої стратегії. Варто врахувати, що для підприємств, які діють на багатьох віддалених закордонних ринках, характерна, як правило, високий ступінь самостійності окремих підрозділів у прийнятті рішень.

Методи виходу на міжнародні ринки			
Експорт		Спільна підприємницька діяльність	Пряме інвестування
Прямий експорт	Непрямий експорт		
		Франчайзинг	Купівля виробничих потужностей
		Виробництво за контрактом	Створення складальних підприємств
		Спільне підприємство	Оренда
		Ліцензування	
		Підрядне виробництво	

Рис. 2. Методи виходу на міжнародні ринки
(розроблено автором на основі 3 і 4)

Виходячи з ринкового позиціонування і буде виділятися стратегія підприємства на міжнародному ринку. Ринкове позиціонування розрізняється в залежності від соціально-культурної сфери.

У книзі «Маркетинг» Зозулева А.В. приведена класифікація різниці в мотиваціях споживачів країн, в якій автор виділяє три основні типи міжнародного позиціонування:

- Міжкультурне позиціонування;
- Репозиціонування (часткова адаптація торгової марки);
- Унікальне позиціонування на кожному ринку (повна адаптація марки).

Стратегії виходу на міжнародний ринок:

- стратегія глобального пайового лідерства — компанія — лідер по ринковій частці на міжнародному (глобальному) ринку;
- стратегію локального пайового лідерства — компанія ставить своєю метою домогтися лідерства по ринковій частці на окремих національних (регіональних) ринках;
- стратегію глобальної ніші — підприємство ставить за мету стати фахівцем на міжнародному ринку;

- стратегію локальної ніші — компанія, не маючи необхідних ресурсів, використовує переваги локалізації (облік специфічних потреб клієнтів, логістика тощо) [4].

Наостанок хочу додати, що вибір і формування стратегії виходу на міжнародні ринки залишається актуальною тематикою, більше того, одним із складних і проблемних етапів розвитку компаній, особливо українських. Стратегія є основою дій підприємства на ринку, завдяки якій можливе поширення цільових ринків і досягнення ефективних результатів у вигляді збільшення цільової аудиторії споживачів. Основне призначення стратегії полягає в тому, щоб взаємо узгодити підприємства з його можливостями, вимогами споживачів, використати слабкі позиції конкурентів та свої стратегічні переваги. По формі — це один з управлінських документів, що може бути представлений у вигляді графіків, таблиць, описів тощо. А за змістом стратегія є сукупністю дій для досягнення цілей організації. Дедалі умови ведення діяльності ускладнюються, зміни в техніці, зростаючі вимоги споживачів, велика кількість компаній — конкурентів змушують підприємства формувати нові стратегії для ефективного виходу на міжнародні ринки.

Список використаної літератури

1. Формирование маркетинговой стратегии выхода украинских предприятий на рынок стран Ближнего Востока / Солнцев С.А., д.ф.-м.н., профессор, Национальный технический университет Украины «КПИ» Ал-Газу Али Ахмед Мохамед, аспирант, Национальный технический университет Украины «КПИ» / г. Киев — Экономика Крыма № 3(32), 2010 год.
2. Международный маркетинг / Азарян Е.М. / Киев: — ИСМО МО Украины, НВФ «Студцентр», 1998. — 200 с.
3. Стратегический маркетинг / Ламбен Ж.Ж. / Европейская перспектива: Пер. с фр. — СПб: Наука, 1996. — 556 с.
4. Маркетинг / Глава 2 (2.2) Основные этапы выхода компании на международный рынок / Зозулев А.В. /
5. Особливості формування сучасного фінансового механізму транснаціональних корпорацій / Булкот О.В. / г. Київ — Вісник київського Національного університету імені Тараса Шевченка, 10(163)/2014
6. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: Підручник / Старостіна А.О. / [А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.] / За ред. А.О. Старостіної. — К.: Знання, 2009. — 1071 с.
7. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків / Старостіна А.О., Длігач А.О., Пригара О.Ю. — К.: Лазарит-Поліграф, 2012. — 480 с.
8. Лібералізація державного регулювання зовнішньої торгівлі: досвід розвинутих країн та країн з перехідною економікою / В.І. Серeda // Науковий вісник АМУ. Сер. «Економіка». — Вип.7. — К., 2009. — С. 189–197.

Шеховцова М.В.

студентка

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, Україна

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПРИЛАДОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ

Конкуренція — це економічне змагання виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та одержання максимального прибутку. Посилення конкуренції на світових ринках вимагає своєчасного реагування на технічні, економічні та інформаційні зміни, які відбуваються в світі, прийняття відповідних заходів на рівні як окремих підприємств, так і держави в цілому, забезпечуючи тим самим підтримання своїх конкурентних переваг [3, с. 133].

В даний час ринок перенасичений підприємствами, які створюють аналогічну продукцію, але втримуються лише ті, які мають найвигідніші конкурентні переваги відносно інших підприємств [1]. Тому проблема підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є дуже актуальним питанням.

Метою даної роботи є розгляд конкурентних недоліків підприємства приладобудівної галузі на прикладі одеського ТОВ «Телекарт-Прилад» та пошук шляхів підвищення його конкурентоспроможності.

Однією з важливих ознак сучасного розвитку України є спрямованість вектора її економіки на підвищення конкурентоспроможності підприємств, модернізацію виробництва, впровадження нових технологій та устаткування. Провідна роль у цих процесах належить галузі приладобудування, що виробляє засоби вимірювань, аналізу, обробки і надання інформації, обладнання регулювання, автоматичні й автоматизовані системи управління. За рівнем наукоємності вона була і залишається провідною галуззю вітчизняного машинобудування. Наукові ідеї, які народжувались у приладобудуванні, забезпечували надійність роботи пристроїв у космонавтиці, радіоелектроніці, ракето- та літакобудуванні, в цілому відображали стан науково-технічного розвитку України [4, с. 52].

ТОВ «Телекарт-Прилад» було засновано в 1995 році в місті Одеса (Україна). Основний напрямок діяльності — розробка, проектування і виробництво електроприладів та радіоелектронної апаратури. ТОВ «Телекарт-Прилад» є одним з провідних виробників продукції сфери комунікацій, обліку електроенергії, систем обмеження доступу, банківської сфери та спеціальних пристроїв для державних структур [5].

Оскільки на сучасному етапі розвитку глобалізації підприємство, а не окрема країна, має більше можливостей створити конкурентоспроможний на світовому ринку продукт, особливу увагу треба приділяти дослідженню експортної конкурентоспроможності на рівні товаровиробників, під якою слід розуміти досягнення та підтримання останніми конкурентних переваг у міжнародному суперництві. Таких переваг можна домогтися, випускаючи продукцію вищої якості і відносно невисокої собівартості.

Зростаючий інтерес до якості, викликаний посиленням конкурентної боротьби на світовому ринку, ставить цілком конкретне завдання перед виробником продукції. Покращити якість — це покращити конкурентоспроможність своїх товарів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

З метою визначення рівня конкурентоспроможності ТОВ «Телекарт-Прилад» за допомогою дослідження його сильних та слабких сторін, а також пошуку можливостей і виявлення загроз, необхідно скористатися методом SWOT-аналізу, який представлений в таблиці 1.

Таблиця 1

SWOT-аналіз ТОВ «Телекарт-Прилад»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Наявність кваліфікованого персоналу. 2. Висока якість продукції. 3. Можливість комплексного обслуговування. 4. Постійне впровадження інновацій. 5. Широкий асортимент продукції. 6. Ціни «від виробника».	1. Недостатня відомість бренду. 2. Нестача коштів на розширення виробництва та впровадження нової продукції. 3. Недостатнє лобювання інтересів у державних тендерах. 4. Незначне використанні інструментів маркетингу.
Можливості	Загрози
1. Створення власної роздрібною мережі. 2. Впровадження системи заходів стимулювання збуту. 3. Підвищення якості продукції. 4. Освоєння додаткових послуг.	1. Поява нових конкурентів. 2. Подорожчання імпортованих деталей за рахунок змін у курсі валют. 3. Форс-мажор.

Джерело: [5].

З огляду на проведений SWOT-аналіз, можна виділити основні можливості щодо підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Телекарт-Прилад»:

- створення власної роздрібної мережі;
- впровадження системи заходів стимулювання збуту;
- підвищення якості продукції;
- освоєння додаткових послуг.

Розглянемо більш детально механізм підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок впровадження додаткових послуг.

Враховуючи специфіку діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад» та специфіку поточної конкурентної ситуації на сегментах ринку, де працює підприємство, можна виокремити наступні додаткові послуги:

- можливість придбання продукції у кредит;
- наявність служби доставки;
- наявність служби сервісного обслуговування;
- можливість виконання індивідуальних замовлень;
- можливість надання послуг випробувальної лабораторії.

Крім того, в окремих випадках, в якості додаткових послуг можуть виступати: послуги дизайнера, монтаж обладнання, навчання персоналу замовника, надання обладнання у лізинг тощо.

Як можна бачити з таблиці 2, ТОВ «Телекарт-Прилад» пропонує майже весь спектр додаткових послуг, за виключенням послуг випробувальної лабораторії:

Таблиця 2

**Порівняльна характеристика конкурентних переваг
за рахунок наявності / відсутності додаткових послуг**

Додаткові послуги	Сервіс	Доставка	Кредит	Індивідуальне замовлення	Послуги випробувальної лабораторії
ТОВ «Телекарт-Прилад»	+	+	+	+	-
ТОВ «IFcard»	-	+	+	+	-
ТОВ «Спекл»	+	+	+	+	-
ТОВ «Нова картка»	-	+	+	-	-
«SAMGAS GROUP»	+	+	-	-	-
ТОВ «ІКС-Техно»	+	+	-	-	-
ТОВ «Юнісистем»	+	+	-	-	-

Джерело: [5].

Випробувальна лабораторія ТОВ «Телекарт-Прилад» акредитована Національним агентством з акредитації України на технічну компетентність відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO/IEC17025:2005, є членом асоціації «Українські акредитовані органи з оцінки відповідності» (УкРАО).

Випробувальна лабораторія укладає договори з органами з оцінки відповідності на всій території України, що дозволяє надавати широкий перелік послуг.

Для підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Телекарт-Прилад» можна запропонувати такі послуги випробувальної лабораторії [6]:

1. Випробування продукції.

1) Проведення сертифікаційних випробувань продукції.

2) Проведення випробувань засобів забезпечення технічного захисту інформації (ТЗІ).

3) Проведення випробувань для декларування відповідності продукції вимогам Технічних регламентів, що діють в Україні.

4) Проведення всіх категорій випробувань для прийняття на озброєння і постановки на серійне виробництво зразків військової техніки.

5) Проведення внутрішньозаводських та інших випробувань.

2. Сертифікація.

Сертифікація продукції в Україні проводиться:

– в обов'язковому порядку відповідно до «Переліку товарів і послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації в Україні»;

– на добровільній основі з метою підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг.

3. Декларування відповідності.

Декларація про відповідність — це документ, в якому постачальник (виробник) вказує, що продукція відповідає вимогам технічних регламентів, що діють в Україні (які є аналогами директив ЄС). Декларація про відповідність необхідна для розміщення товарів на ринку, для митного оформлення ввезених вантажів.

ТОВ «Телекарт-Прилад» може пропонувати своїм клієнтам послуги з оформлення «під ключ» пакету дозвільних документів (сертифікат, декларація відповідності), а також проведення випробувань продукції.

Конкурентні позиції розвинутих країн у міжнародній торгівлі проявляються також через механізм цін. Їх рівень на зовнішніх ринках продовжує залишатись діючим важелем укріплення чи ослаблення позицій експортера.

Ціновий фактор залишається одним із суттєвих у підвищенні конкурентоспроможності продукції підприємства на ринку, але існує думка, що експортні ціни — це неголовний показник конкурентоспроможності,

що перевагу треба віддавати впливу таких факторів, як рівень технічного вдосконалювання виробів, їх якість, надійність, зручність в експлуатації, умови та строки постачань і платежів.

Усе це повинно змушувати відповідні служби підприємства-експортера уважно вивчати конкурентоспроможність вироблених товарів. Разом з тим висока конкурентоздатність продукції не повинна бути самоціллю для підприємства – вона є лише засобом одержання високого прибутку [2, с. 29].

Управління конкурентоздатністю підприємства стане формувати трохи інший підхід до його функціонування в цілому. Керівникам підприємства необхідно буде розглядати питання прибутковості з позицій якості, споживчих властивостей продукції, конкурентоздатності, тобто реалій конкурентної боротьби.

Проаналізувавши ситуацію на ринку продукції приладобудування, можна запропонувати такі напрямки підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «Телекарт-Прилад»:

1. Організація заходів щодо освоєння нових та розширення існуючих ринків збуту, залучення нових споживачів продукції підприємства. Це можливо за умови підвищення конкурентоздатності продукції шляхом поліпшення її якості, проведення робіт по її сертифікації відповідно до світових стандартів, активізації маркетингової діяльності, створення спільних зовнішньоторговельних фірм, діяльність яких буде сприяти розширенню кола потенційних споживачів експортованої підприємством продукції, що призведе до збільшення обсягів експорту. Здійснення ефективної цінової політики при експортних і інших операціях на міжнародному ринку, раціональне виконання управління валютними ресурсами підприємства.

2. Удосконалення системи організації управління зовнішньоторговельною діяльністю на підприємстві. У сучасних умовах вимагають розвитку такі елементи системи, як маркетингова стратегія збуту та закупівлі, підсистема транспортування продукції, економічне обґрунтування управлінських рішень у сфері зовнішньоторговельної діяльності підприємства. Крім перерахованих основних напрямків підвищення ефективності системи управління зовнішньоторговельною діяльністю підприємства велика увага повинна бути приділена оцінці ризиків і формуванню системи безпеки підприємства, удосконаленню методів розробки бізнес-планів, формуванню способів залучення іноземних інвестицій, методикам оцінки ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємства.

3. Проведення подальшого удосконалення, модернізації, модифікації технічного оснащення та підвищення загального рівня фондоозброєності праці.

Реалізація цих заходів призведе до підвищення рівня конкурентоспроможності продукції ТОВ «Телекарт-Прилад» як основи підвищення ефективності його зовнішньоторговельної діяльності в цілому.

Проведене дослідження продемонструвало, що ТОВ «Телекарт-Прилад», яке спеціалізується на розробці і виробництві сучасного телекомунікаційного устаткування, у порівнянні з його основними конкурентами на ринку має більш високий рівень конкурентоспроможності продукції за технічними, але менший за економічними показниками.

Це дозволяє зробити висновок про необхідність формування та реалізації заходів, спрямованих на підвищення рівня конкурентоспроможності.

Оскільки метою діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад» є максимальне задоволення потреб споживачів, основну увагу треба приділити удосконаленню асортименту продукції підприємства у поєднанні з формуванням і реалізацією заходів просування продукції на ринок.

Література

1. Борисюк І.О., Єрмоєнко А.В. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / Національний авіаційний університет, м. Київ — 2012. — № 33. // [Електронний ресурс]: — Режим доступу: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/409/397>.
2. Вівчар О.І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Оксана Вівчар // Галицький економічний вісник. — 2009. — № 2. — С. 24–30. — (проблеми мікро- та макроекономіки України).
3. Гутів Г.Г. Сутність експортного потенціалу машинобудівної галузі та чинники впливу на нього / Національний університет «Львівська політехніка» — 2012. — С. 133–140 // [Електронний ресурс]: — Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080>.
4. Маймескул Д.І. Вплив розвитку приладобудівних підприємств на формування конкурентоспроможності регіону (на прикладі ТОВ «Телекарт-Прилад» / Одеський національний економічний університет, м. Одеса // Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції «Управління міжнародною конкурентоспроможністю регіонів: механізми, принципи, стратегії», м. Сімферополь — Севастополь. — 2012. — С. 52–54.
5. Офіційні матеріали ТОВ «Телекарт-Прилад».
6. Офіційний сайт ТОВ «Телекарт-Прилад». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://telecard.odessa.ua/index.php/ru/>.

Секція 11: ПРОБЛЕМИ МАКРОЕКОНОМІКИ

Шашула Л.О.

*провідний науковий співробітник, кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник
ДУ «Інститут економіки природокористування та
сталого розвитку НАН України»*

м. Київ, Україна

Музика Н.М.

*кандидат економічних наук, доцент
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна*

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ЗЕМЕЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Питання комплексної економічної оцінки земельних ресурсів вимагають нових критеріїв, механізмів формування і їх використання тощо [1]. В даному контексті пропонується природний ресурс розглядати в просторовому розрізі з позицій фрактального підходу як господарський компонент і складовий елемент природного багатства території регіону та країни у цілому, враховуючи системний ступінь значущості локального ресурсу для як для місцевої, так і для регіональної та національної економіки. З системних позицій на сьогодні повноцінна оцінка ресурсу є можливою за умов мета-системного бачення його ролі і значення для економічного простору більшого масштабного рангу. Комплексна економічна оцінка земельних ресурсів природи має бути імплементована в економічні процеси й використовуватися як стратегічний інструментарій зростання національного багатства. Головним критерієм комплексної оцінки природних ресурсів максимальний очікуваний в економічній, екологічній та соціальній сферах господарський ефект від виробництва і збалансованого розподілу новостворених споживчих вартостей за максимальної продуктивності людської праці через залучення природних ресурсів у господарський обіг в ринкових умовах господарювання, яке забезпечує стійкий розвиток господарства в умовах невизначеності, з урахуванням інтересів теперішнього та майбутніх поколінь людей та відповідних завдань розвитку національного господарства. Конкретні механізми формування затратного підходу до комплексної економічної оцінки земельних ресурсів та їх використання в господарських системах, а також механізми формування ренти як основного показника

комплексної економічної оцінки земельних ресурсів, та природних ресурсів в цілому, що зумовлюється необхідністю їх капіталізації в різних господарських системах врахують похідні види ренти (фінансової, транспортної, екологічної та ін.), отриманих з використанням природного капіталу.

Необхідно впроваджувати механізми використання екологічних і соціальних чинників як показників комплексної економічної оцінки земельних ресурсів та застосування їх поряд з економічними показниками для капіталізації в господарських системах, переведення їх у виробничі активи та залучення в економічні відносини шляхом визначення цінності як використання, так і невикористання природного капіталу в системі національного господарства.

Основними очікуваними результатами від застосування комплексної оцінки природних ресурсів є створення адекватної системи обліку вартості природних ресурсів у складі економічних активів регіону і країни; вирішення проблем раціонального використання природних ресурсів в кластерно-корпоративних господарських утвореннях; підвищення привабливості природного капіталу; створення основи для удосконалення оподаткування та збільшення надходжень до бюджетів усіх рівнів; впровадження інноваційних форм природно-ресурсного менеджменту та розбудову муніципальної системи управління природними ресурсами на публічно-корпоративних засадах з акцентом на соціальній та екологічній відповідальності управлінських та бізнес-структур в системі державно-приватного партнерства.

Питання капіталізації земельних ресурсів потребують його економіко-організаційного забезпечення [2]. Інфраструктурне забезпечення капіталізації земельних ресурсів є складовою розвитку ринкової інфраструктури національної економіки України, у зв'язку з цим ефективність капіталізації земель визначається інтеграцією їх діяльності. Обґрунтовано основні чинники підвищення ролі ринкової інфраструктури щодо розвитку земельного капіталу. Визначено складові підсистем інфраструктурного забезпечення капіталізації земель з виділенням учасників відносин щодо володіння і обігу прав власності та користування земельними ресурсами. Отже, забезпечення збереження та відтворення земельних ресурсів, екологічної цінності природних і набутих якостей земель — головна суспільна мета на шляху до сталого розвитку як земельних ресурсів, так і економічного потенціалу нашої держави в цілому. Раціональне використання та охорона земельних ресурсів неможливі без визначення ефективного землевласника, що в свою чергу забезпечується розвитком відносин власності в землересурсній сфері. Вагомим індикатором ефективного використання земельних ресурсів України є рівень їх капіталізації, що передбачає ефективне функціонування фінансового

механізму розподілу та перерозподілу активів в рамках як національного, так і міжнародного фінансового ринків, і безпосередньо впливає на добробут нації.

Запропонований механізм дозволяє вирішити важливі проблеми у економічному, екологічному та соціальному аспектах суспільних відносин щодо володіння, використання, охорони і відтворення земель в Україні. Його використання призведе до позитивних зрушень в системі охорони та відтворення земельних ресурсів. З економічної точки зору має підвищитись інвестиційна привабливість сільськогосподарського землекористування, а завдяки більш раціональному використанню природно-ресурсного потенціалу земель зросте ефективність виробництва. В екологічній сфері будуть створені гарантії техногенно-екологічної безпеки життєдіяльності людини, збереження та збагачення довкілля. В соціальному аспекті селянину гарантується права власності та поліпшення умов праці і життя, усунення регіональних відмінностей в умовах життєдіяльності.

Формування нового економічного механізму використання земель і фінансування природоохоронних заходів в умовах розвитку ринкових відносин має стати органічною складовою в системі управління й регулювання економіки.

Підвищення ринкової капіталізації природних ресурсів нашої країни дозволить залучати на вигідних умовах більше кредитів і інвестиційних ресурсів, підвищити конкурентноздатність окремих галузей економіки в цілому, забезпечити перетворення природно-ресурсного багатства країни в ліквідний капітал та залучити світові фінансові потоки на користь нашої держави. Наведено концептуальну модель механізмів управління капіталізацією земельних ресурсів, де складові капіталу реалізуються через комплекс механізмів у єдиному природно-екологічному, інтелектуально-соціальному та економічному просторовому середовищі. Розроблено логічно-смыслову ієрархічну схему реалізації механізмів управління капіталізацією земельних ресурсів, яка полягає у системному підході до формування факторіальних складових земельного капіталу, механізмів впливу на зростання вартості земельних та лісових ресурсів відповідної території (простору), функціональних груп інструментів впливу цілеспрямованої діяльності органів влади і місцевого самоврядування і їх дій щодо нарощування вартості капіталу.

Це в свою чергу потребує формування фінансово-економічного механізму управління територіальними природно-господарськими комплексами. В даному напрямку пропонується визначити напрями трансформації територіальних земельно-господарських систем. Процес екологічно орієнтованої трансформації землегосподарських систем динамічний і багатоаспектний, проявляється на різних територіально-просторових рівнях,

характерний для всіх галузей і сфер національної економіки. Тенденція-ми системної трансформації є наслідок діяльності загальноекономічної системи країни. Саме подібні види діяльності слід розглядати в якості, з одного боку, галузевих локомотивів екологічно орієнтованої трансформації, надати новий імпульс розвитку господарського комплексу країни, а з іншого — простору еволюції територіальних господарських систем, адекватної викликом «економіці знань» і загальносвітовим «зеленим» трендам. Пропонуємо використовувати перспективні форми організації територіальних земельно-господарських на засадах використання бізнес принципів управління просторово-галузевого природокористування.

Література

1. Комплексна економічна оцінка природних ресурсів: [Хвесик М.А., Бистряков І.К., Ібатуллін Ш.І., Шашула Л.О. та ін.] за заг. ред. М.А. Хвесика. — К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2013. — 264 с.
2. Капіталізація природних ресурсів: [Хвесик М.А., Бистряков І.К., Ібатуллін Ш.І., Шашула Л.О. та ін.]; за заг. ред. М.А. Хвесика. — К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2014. — 268 с.

Секція 12: РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Бокій О.В.
*науковий співробітник
відділу економічних досліджень
Інститут продовольчих ресурсів НААН
м. Київ, Україна*

ЦІНОВА СИТУАЦІЯ НА РИНКУ ХЛІБА УКРАЇНИ

Хліб є основним продуктом харчування мешканців України та всього світу. Традиційно він є об'єктом посиленої уваги з боку органів державного управління. І навіть незначні зміни в ціновій політиці визивають широкий резонанс суспільства. Тому проблеми дослідження цінових тенденцій на ринку хлібобулочних виробів є своєчасними та актуальними, особливо в умовах загострення кризи в Україні.

Основною складовою собівартості хліба виступає сировина (борошно), її частка коливається від 35% до 60% [1]. Тому для оцінки цінового тренду готової продукції важливо відстежити тенденції на ділянці ланцюгу «зерно-борошно». Найвищий пік цін на зерно та борошно за останній рік був у лютому 2015 р. Тоді ціна на пшеницю 3 класу (EXW) зросла більш ніж на 49% порівняно з січнем 2015 р. (з 3350 грн/т до 5000 грн./т). Відповідно, ціни на борошно 1 гатунку за означений період зросли на 62,5% (з 4800 грн/т до 7800 грн/т) [2]. Тобто темпи зростання цін на борошно перевищували темпи зростання цін на пшеницю. З березня 2015 р. спостерігалось падіння цін як на пшеницю, так і на борошно. З лютого по березень 2015 р. ціна на борошно 1 гатунку (EXW) знизилася з 7800 грн/т до 6200 грн/т, на пшеницю 3 класу — з 5000 грн/т до 3850 грн/т. Починаючи з кінця березня 2015 р., ціни на борошно майже стабілізувалися та повільно знижуються (на 6,9% за період з лютого по березень 2015 р.).

Зростання цін на хлібопекарське борошно, крім кон'юнктури, спричинили зміна умов роботи з державним агентом — Аграрним фондом, який раніше здійснював інтервенції на ринку зерна та борошна з метою запобігання підвищенню цін. Державне підприємство Аграрний фонд з 22.04.2013 р. було перетворено на ПАТ «Аграрний фонд» (власником 100% акцій є держава). З того часу він здійснює форвардні закупівлі на біржі зернових і продаж борошна, інвестує в галузь сільського господарства. Тобто працює на біржі разом з іншими операторами. Наразі інтервенційні ціни на зерно та борошно ним не встановлюються. За рахунок старих запасів зернових, ціни на борошно з Аграрного фонду в окремих

областях є нижчими за ринкові. Як державна компанія, він надає преференції хлібопекарським підприємствам, щомісячні замовлення яких становлять 20–25 тис. т. Якщо раніше борошно з Аграрного фонду мало використовуватись лише для регульованого хліба, то наразі його використання не визначено законодавчо.

Хлібопекарські підприємства реагували на підвищення цін на борошно та зерно з відставанням. Щоб затвердити підвищення цін на хліб простої рецептури, а іноді й інші сорти хліба масового вжитку, в багатьох випадках потрібне погодження з Антимонопольним комітетом та місцевими органами виконавчої влади. Крім того, деякі підприємства спочатку працювали на наявних запасах більш дешевої сировини. Ціни виробників на хліб пшеничний за січень–березень 2015 р. зросли на 33,9% (з 5,55 грн/кг до 7,49 грн/кг), житньо-пшеничний – на 37,4%. Роздрібні ціни відповідно зросли: на хліб пшеничний з борошна 1 гатунку – на 32% (з 7,55 грн/кг до 10,03 грн/кг); хліб житньо-пшеничний – відповідно на 30,9% (з 7,96 грн/кг до 10,42 грн/кг). Роздрібні ціни на хліб суттєво різнилися в областях України: у березні ціна на хліб житньо-пшеничний, при середній 10,42 грн/кг, коливалася від 8,47 грн/кг в Чернігівській обл. до 13,22 грн/кг в Донецькій області. Тобто коливання відносно середньої ціни становило 45,5% [3]. Це зумовлено тим, що підприємства в окремих областях різко підвищили ціни на хліб через різке зростання вартості сировини, а в Донецькій та Луганській областях – через складну військово-політичну ситуацію. Зокрема, з лютого 2015 р. по березень 2015 р. більш ніж на 30% зросли ціни на хліб з борошна 1 гатунку в Івано-Франківській, Кіровоградській, Миколаївській, Хмельницькій областях. Найменше зросли ціни в Чернігівській (на 9,5% за хліб пшеничний 1 г.), Київській та Черкаській областях (на 17%). Наразі найбільш дешевий хліб пшеничний (менше ніж 9 грн/кг) реалізується в Чернігівській, Одеській та Миколаївській областях.

Ціни на хліб простої рецептури вагою більш ніж 500 г із борошна пшеничного та житнього обдирного регулюються місцевими органами виконавчої влади згідно Постановою № 1548 від 25.12.1996 р. (в редакції від 03.03.2015 р.) шляхом встановлення граничних рівнів рентабельності та торговельної надбавки [4]. Якщо в 2011 р. питома вага регульованого хліба на підприємствах Укрхлібпрому (що охоплював половину ринку хліба в країні) становила 38% в середньому в Україні (найбільше – вироблялося в Харківській, 99% та Миколаївській, 75% областях), наразі ці дані відсутні. Зокрема, в обласних центрах України хліб простої рецептури представлено в незначній кількості, в невеликих населених пунктах, з урахуванням платоспроможного попиту та традицій, він випускається у значних обсягах. Запобігають підвищенню цін на хліб місцеві органи виконавчої влади. Наприклад в м. Києві виділено пільгові ділянки землі

для торгових точок крупних виробників хліба, що сприяє зниженню витрат на його реалізацію. Наприкінці 2014 року Київська адміністрація та ПАТ «Київхліб» підписали договір про створення роздрібною торговельної мережі з продажу соціальних сортів хлібобулочних виробів. Згідно з договором, до травня 2015 року мають бути відкриті 200 магазинів «соціального хліба», де ціни не підвищуватимуться упродовж 3 років, тобто до 2018 року. На сьогодні в спеціальних торгових точках, крім соціального хліба, продається й інша хлібобулочна продукція.

З метою непідвищення цін на хліб створюються регіональні ресурси зерна для випікання соціальних сортів хліба, але для цього потрібні великі кошти з бюджету. З цією метою розробляються меморандуми між хлібопекарськими підприємствами, торговельними мережами, борошномельними та сільськогосподарськими підприємствами, та обласними державними адміністраціями. В інших містах України укладено договори між обласними адміністраціями та хлібопекарськими підприємствами. Через недобросовісну конкуренцію, великі хлібопекарські підприємства змушені зменшувати ціну на хліб (конкуренти, що не дотримуються всіх належних умов безпеки виробництва та мають пільгове оподаткування, пропонують продукцію за більш низькими цінами).

Отже, найближчим часом різкого підвищення цін на хлібобулочну продукцію не очікується. В регіонах, що випереджаючими темпами підвищили ціни на хліб, можливе здешевлення продукції; в областях, що що підвищували ціни більш повільними темпами, очікується незначне подорожчання. Цьому сприяє кон'юнктура на ринку зерна, борошна та енергоносіїв, зниження цін на ресурси порівняно з лютим 2015 р. Можливе вирівнювання цін в регіонах порівняно з середньою в Україні. Ціни обмежено також різким падінням купівельної спроможності населення, особливо в сільській місцевості та невеликих містах. За сприянням місцевих адміністрацій, можливе зростання частки точок з продажу продукції «соціальних» сортів та створення регіональних резервів зерна. Однак необхідно передбачити зростання цін на зерно та борошно нового врожаю, подорожчання транспортних послуг експлуатаційних витрат.

Література

1. Офіційний сайт об'єднання «Укрхлібпром». — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrhlbprom.org.ua/>
2. Офіційний сайт АПК-інформ. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.apk-inform.com/ru>
3. Оперативні дані Державної служби статистики України

Секція 13: **РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І** **РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**

Гоблик В. В.

*д. е. н., доцент, заслужений економіст України
Мукачівський державний університет
м. Мукачево, Україна*

КЛАСИФІКАЦІЯ ТРАНСКОРДОННИХ РЕГІОНІВ НА ЗОВНІШНІХ КОРДОНАХ УКРАЇНИ

Транскордонне співробітництво є одним з найбільш дієвих механізмів, покликаних сприяти розвитку інституційного середовища та розширенню законодавчих рамок у контексті збільшення отримуваних із транскордонних ринків благ і формалізації відносин у транскордонному регіоні, із залученням до цього процесу всіх його структуротворчих елементів [3].

У науковій літературі виділяється три основні види транскордонних регіонів, до яких входять прикордонні території України [2]:

1. За участю регіонів нових держав — членів ЄС.
2. За участю регіонів держав СНД.
3. Морський транскордонний регіон.

З погляду характеру та механізмів дії основних структуротворчих елементів на становлення цих транскордонних регіонів, наведена класифікація є достатньо показовою. Адже в кожному з трьох видів транскордонних регіонів, що формуються за участю прикордонних територій України, функціонують особливі механізми транскордонного співробітництва, які визначаються управлінською та підприємницькою культурою, адміністративно-територіальним устроєм, інституційним середовищем, розвитком інфраструктури та людського капіталу та інших чинників впливу в кожній з прикордонних адміністративно-територіальних одиниць — учасників відповідних транскордонних регіонів.

Так, для першого виду транскордонних регіонів, до яких можна віднести українсько-польський, українсько-словацький, українсько-угорський, українсько-румунський, а також сформовані на їхній основі комбіновані транскордонні регіони (наприклад українсько-польсько-словацький чи українсько-румунсько-угорський), характерними є достатньо неоднорідний розвиток місцевого самоврядування, ринкової інфраструктури та інституційного середовища по різні боки кордону

(в прикордонних адміністративно-територіальних одиницях України та країн ЄС), а також відмінності в характері функціонування ринків і якості людського капіталу. Водночас, тут спостерігається нівелювання диференціації у рівнях розвитку за всіма вищезазначеними напрямками транскордонної співпраці, що дозволяє вести мову про поступову еволюцію відповідних транскордонних регіонів і формування в їхніх межах сучасних транскордонних ринків.

Основними тенденціями у розвитку цього виду транскордонних регіонів є подальша активізація інвестиційної співпраці на основі збільшення обсягів залучення іноземних інвестицій з країн ЄС у прикордонні території України, реалізація спільних бізнес-проектів, включаючи розробку нових продуктів і послуг, зокрема в туристичній та науково-освітній галузях, сфері ІТ-технологій, агропродовольчому секторі, видобувній промисловості тощо. Крім того, створення Зони вільної торгівлі України з ЄС покликане інтенсифікувати торговельні потоки в межах таких транскордонних регіонів, що також сприятиме їхньому подальшому розвитку.

Транскордонні регіони другого виду (створені на кордоні України з Російською Федерацією, Молдовою та Білоруссю), мають власну специфіку функціонування. По-перше, вони є значно менш однорідними за своєю сутністю від транскордонних регіонів першого виду. Так, наприклад, українсько-молдовський та українсько-білоруський транскордонні регіони значно відрізняються між собою, і є не дуже подібними до українсько-російського транскордонного регіону, який, у свою чергу, може бути поділений ще на декілька субрегіонів, зокрема: Північний (Дніпровський), Слобожанський, Східний (Донбаський) тощо.

Водночас, спільними рисами для всіх цих транскордонних регіонів, які належать до другого виду, є наявність в їх інституційному середовищі цілої низки елементів, притаманних старим формам взаємовідносин між прикордонними територіями України, Росії, Білорусі та Молдови, що мали місце в умовах існування СРСР. Це чинить гальмуючий вплив на формування сучасних механізмів транскордонного співробітництва в цих регіонах і знаходить своє відображення в обмеженні владних повноважень і фінансової самостійності органів місцевого самоврядування, недорозвиненості транскордонної та прикордонної інфраструктури, якості людського капіталу і, в кінцевому підсумку, призводить до звуження сфери поширення відповідних транскордонних ринків.

Третій вид транскордонних регіонів, створених за участю прикордонних територій України, а саме — морський транскордонний регіон, включає у себе відповідні адміністративно-територіальні одиниці країн чорноморського басейну. Характерною ознакою транскордонної співпраці в цьому регіоні є переважна спрямованість на сприяння в реалізації потужних гео економічних проектів у галузях енергетики і транзиту енергоносіїв,

транспорт, телекомунікацій, торгівлі тощо. Актуальними є також екологічні та інфраструктурні проекти.

Характерними ознаками розвитку морського транскордонного регіону є відносна розвиненість інституційного та підприємницького середовища, насамперед за рахунок країн — членів ЄС, а також недостатня розвиненість інфраструктури і транскордонних ринків, які сьогодні є одними з основних пріоритетів у рамках програм чорноморського співробітництва [1].

Загалом, найбільш характерні риси різних видів транскордонних регіонів, створених за участю прикордонних територій України, наведені в табл. 1.

Таблиця 1

**Структура та характеристика транскордонних регіонів,
до яких входять прикордонні території України***

Показники	Види транскордонних регіонів		
	за участю регіонів держав ЄС	за участю регіонів держав СНД	морський
Місцеве самоврядування	Відносно розвинуте	Недостатньо розвинуте	Недостатньо впливає
Транскордонна інфраструктура	Неоднорідна, з потенціалом до розвитку	Відносно однорідна, але недостатньо розвинена	Неоднорідна, недостатньо розвинена
Інституційне середовище	Відносно розвинуте, еволюційно-зростаюче	Недостатньо розвинуте	Помірно розвинуте
Людський капітал	Диференційований, що має тенденцію до розвитку	Однорідний, недостатньо розвинутий	Відносно розвинений
Транскордонні ринки	Неоднорідні, відносно розвинені	Однорідні, слабо розвинені	Неоднорідні, слабо розвинені

Відмінність між різними видами транскордонних регіонів, що знаходяться на зовнішніх кордонах нашої держави, полягає не лише в характері дії основних структуротворчих елементів на їхній розвиток. Вона також виявляється і у принципах формування відповідних транскордонних регіонів. Адже «транскордонні регіони — це території, на яких проживають спільноти людей, тісно пов'язаних різнобічними стосунками, але розділених кордонами... Вони стикаються з ідентичними соціально-економічними, соціально-культурними, політичними і законодавчими

* Авторська розробка

проблемами» [2]. Це зумовлює відмінності у принципах формування та функціонування транскордонних регіонів на кордонах з різними державами, оскільки ці принципи змінюються відповідно до наявних проблем та ментально-психологічних характеристик населення кожної з прикордонних територій.

Література

1. Гаврас П. Розвиток і поступовість — економічні досягнення, підприємницька діяльність та моделі інвестування й торгівлі у чорноморському регіоні / Чорноморська синергія. Матеріали міжн. конф. Одеса — Стамбул. — 2007. — С. 61.
2. Мікула Н.А. Національна доповідь «Сучасний стан та перспективи розвитку транскордонного співробітництва в Україні» (основні положення проекту) / Н.А. Мікула, В.В. Толкованов // Регіональна економіка. — 2010. — № 3 (57). — С. 12.
3. Фактори і механізми забезпечення конкурентоспроможності регіону: Наукова доповідь / НАН України. Інститут регіональних досліджень. Науковий редактор П. Беленький. — Львів, 2005. — С. 31. (145 с.)

Секція 14: ТЕОРІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

Гураш А. А.
студент

*Львівський регіональний інститут державного управління НАДУ
м. Львів, Україна*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

Проблеми визначення сутності та структури механізмів управління соціально-економічними процесами досліджувались багатьма вітчизняними та закордонними науковцями, серед яких: О.І. Волков, В.К. Склярченко [1], М.Г. Грещак, О.М. Гребешкова, О.С. Коцюба [2], М.П. Денисенко [3], О.К. Добикіна, В.С. Рижигов, С.В. Касьянюк [4], С.А. Жданов [5].

Будь-яке підприємство можна розглядати як відкриту соціально-економічну систему. Для дослідження функціонування такого роду систем можна виокремити три взаємопов'язані підсистеми: соціальну, економічну і екологічну. Системний підхід до побудови моделі соціально-економічної системи передбачає:

- визначення специфіки системи в цілому і складових її підсистем;
- визначення основних елементів системи в цілому, її підсистем і ієрархічних рівнів;
- визначення системотворювальних властивостей елементів, підсистем, їх зв'язків;
- фіксування входів і виходів системи і її підсистем;
- встановлення максимальних і мінімальних значень змінних параметрів системи, тобто умов її функціонування;
- визначення законів функціонування і розвитку системи.

При дослідженні проблеми управління соціально-економічними системами важливими є три моменти:

- наявність системи взаємозалежних факторів функціонування головних підсистем;
- чіткі (конкретні, точні) граничні (обмежуючі) умови;
- чітке формулювання мети функціонування системи.

Особливості функціонування підприємств в Україні на сучасному етапі формують нові вимоги до управління підприємством. Л.Г. Мельник

визначає механізм управління як складову (найбільш активну частину) системи управління, що забезпечує вплив на фактори, від стану яких залежить результат діяльності об'єкта, яким управляють [6, с. 366]. Причому, як елементи механізму управління, розглядаються цілі, критерії, фактори, методи і результати управління.

В умовах ринкової економіки основу системи управління формують економічні методи, як сукупність засобів та інструментів, які цілеспрямовано впливають на створення умов для функціонування й розвитку підприємництва. Важелі економічного механізму відповідають соціально-економічній природі підприємства і є одним із факторів розвитку виробництва та обміну на ринковій основі. В зв'язку з цим особливого значення набуває дослідження того нового, що внесено практикою у зміст комерційного розрахунку як важливого методу господарювання.

Комерційний розрахунок поєднує в собі як функції управління, так і економічні важелі та інструменти, які спрямовані на порівняння витрат і результатів та забезпечення прибутковості виробництва. Економічний механізм функціонування та розвитку підприємств припускає використання методу комерційного розрахунку, виходячи із глобальної господарської політики і цілей підприємства, зокрема в галузі забезпечення рентабельності виробництва та збуту, розподілу капіталовкладень і розташування виробництва; фінансування й кредитування; розвитку технології, кадрової політики, політики придбання нових підприємств і структури капіталу тощо.

Важливим інструментом управління завжди виступає прогнозування. Прогнозування соціально-економічної ситуації, планування стратегії розвитку — продукт не стільки інтуїції, скільки професійних знань, математичного розрахунку. Планування і стратегія розвитку з метою виходу на ринки багато в чому залежить від цілей і орієнтації його керівництва, організаторських здібностей та інтуїції. Багато підприємств прагнуть до негайного прибутку, не приділяючи особливої уваги довгостроковим перспективам, розробці власної стратегії розвитку. Це можливо лише на дуже короткому етапі функціонування підприємства.

Центральне місце серед різноманітних важелів економічного механізму управління належить *цінам і ціноутворенню*. Процес ціноутворення — явище дуже складне, обумовлене насамперед попитом на запропоновану ринку продукцію. Розглядати ж цінову політику підприємства слід тільки у взаємозв'язку з тим завданням, яке ставить перед собою підприємство. Можна виокремити такі варіанти поведінки підприємства на ринку та політики у сфері ціноутворення:

- забезпечення процесу виживання;
- максимізація поточного прибутку;
- завоювання лідерства за показниками якості;

– завоювання лідерства за показниками частини ринку.

Важливе місце в системі управління займає фінансова політика. Методи фінансового управління різноманітні. Основними з них є: прогнозування, планування, оподаткування, страхування, самофінансування, кредитування, система фінансових санкцій, система амортизаційних відрахувань, система стимулювання, принципи ціноутворення, трастові операції, факторинг, оренда, лізинг. Складовим елементом наведених методів є спеціальні прийоми фінансового управління, кредити, позики, відсоткові ставки, дивіденди, акциз, дисконт та ін.

Обов'язковою умовою успішної господарської діяльності підприємств в умовах ринкової економіки є *самофінансування*. Цей принцип базується на повній окупності витрат з виробництва продукції і розширенні виробничо-технічної бази підприємства. Він означає, що кожне підприємство покриває свої поточні й капітальні витрати за рахунок власних джерел. За тимчасової недостатності фінансових ресурсів потреба в них може забезпечуватися за рахунок короткострокових позичок банку та комерційного кредиту, якщо мова йде про поточні витрати і довгострокові банківські кредити, які використовуються на капітальні вкладення.

Система управління дозволяє генерувати інтелектуальну складову інтенсивного відтворювального процесу і управляти відхиленнями взаємопов'язаного функціонування інноваційної, фінансової і реальної інвестиційної складової середовища підприємства.

Основними напрямками підвищення ефективності управління інноваційними процесами на підприємстві сьогодні вважається:

- пропорційне й одночасне стимулювання розвитку фундаментальних і прикладних досліджень;
- скорочення за можливістю науково-виробничого циклу «інноваційна ідея – дослідний зразок – виробництво»;
- прискорення оновлення асортименту продукції на підприємстві;
- поліпшення умов лабораторних досліджень на підприємстві;
- інтенсифікація процесів оформлення патентів, заявок, ліцензій тощо;
- забезпечення надання державної фінансової підтримки, відповідних гарантій та проведення високоякісної експертизи результатів інноваційної діяльності.

Одним з найбільш дієвих інструментів економічного управління є податки. Система оподаткування повинна вирішувати певні завдання:

сприяти діловій активності підприємців; зростанню виробництва; підвищенню зацікавленості робітників у результатах праці; спонукати підприємства ефективно використовувати основні виробничі фонди; мінімізувати виробничі запаси; скорочувати невиробничі витрати;

забезпечувати формування бюджету в обсязі, достатньому для фінансування витрат держави і виконання нею своїх функцій.

Отже, формування ефективних механізмів управління соціально-економічними системами є важливим елементом адаптації суб'єктів господарювання до умов зовнішнього середовища, що дозволяє реалізацію потенціалу підприємств для забезпечення сталого розвитку та виживання підприємств у кризовий період.

Література

1. Волков О.И. Экономика предприятия: курс лекций / О.И. Волков, В.К. Скляренко. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 280 с.
2. Грещак М.Г. Внутрішній економічний механізм підприємства: навч. посіб. / М.Г. Грещак, О.М. Гребешкова, О.С. Коцюба; за ред. М.Г. Грещака. — К.: КНЕУ, 2001. — 228 с.
3. Денисенко М.П. Экономика підприємства: пошук шляхів розвитку: посіб. / М.П. Денисенко. — К.: МАУП, 2002. — 80 с.
4. Добикіна О.К. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб. / О.К. Добикіна [та ін.]. — К.: Центр навч. л-ри, 2007. — 208 с.
5. Жданов С.А. Механизмы экономического управления предприятие: учеб. пособие / С.А. Жданов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 319 с.
6. Мельник Л.Г. Экономика предприятия: учеб. пособие / под общ. ред. Л.Г. Мельника. — Сумы: Университетская книга, 2002. — 632 с.

Секція 15: ФІНАНСИ І ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

T. Galljamowa

Dozentin, Dr. oec. publ.

M. Semenowa

Sprachberater

T. Dik

Studentin des Lehrstuhls

der Finanzen und des Kredites

Baschkirische Staatliche Agraruniversität

Ufa, Russland

DER MODERNE ZUSTAND DER STEUERKONTROLLE NACH DER BEZAHLUNG DER MEHRWERTSTEUER IN RUSSLAND

Die Mehrwertsteuer (weiter nach dem Text – MWSt) war in die Steuerpraxis 1954 zum ersten Mal eingeführt. Die Erfindung der Steuer gehört dem französischen Fachmann Moriss Lore, der das Schema der Handlung der MWSt beschrieben hat und seine Vorteile vor der Umsatzsteuer gründete, der in Frankreich bis zur Einleitung der MWSt erhoben hat [1, S.58].

Den breiten Vertrieb in Europa der MWSt hat dank der Unterzeichnung in 1957 in Rom die Verträge über die Bildung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft (die EWG) bekommen, laut der die Mitgliedstaaten die Steuersysteme in den Interessen der Bildung des allgemeinen Marktes vereinheitlichen sollten. Die Verwandlung der MWSt in einer der Hauptsteuern im Steuersystem dieser Länder ist sehr schnell geschehen. In Frankreich bildet die MWSt – 45% allen Steueraufkommens im Haushalt, in Großbritannien und Deutschland – 50%. Auf MWSt Anteil, durchschnittlich 13,8% der Steueraufkommen der Haushalts 42 Länder zu fallen. Zurzeit wird die MWSt (einschließlich seiner Abart “Umsatzsteuer” oder “die Steuer auf die Waren und die Dienstleistungen”) in 135 Ländern der Welt verwendet [2, S.32].

Mit dem Anfang der Bildung des Steuersystems der Russischen Föderation im Jahre 1991, wurde das Gesetz über die MWSt verabschiedet. Ab Datum der Einleitung und auf der Gegenwart der MWSt wurden von erste nach der Bedeutsamkeit unter vier Hauptsteuern, die den großen Teil des Steueraufkommens des Bundeshaushalts der Russischen Föderation zusammenstellen [6, S.51].

Das Aufkommen der MWSt im Bundeshaushalt von 2010 hat 1405,3 Md.Rbl gebildet. 2011 wurden die Aufkommen auf 24,8% erhöht und haben

1753,2 Md. Rbl gebildet. 2012 wurden die Aufkommen nach der MWSt auf 7,6% erhöht und haben 1886,2 Md.Rbl gebildet. 2013 sind die Aufkommen nach der MWSt auf 0,9% gesunken und haben 1868,2 Md. Rbl gebildet.

Aus der gegebenen Analyse folgt, dass die MWSt im Bundeshaushalt die bedeutende Rolle bei seiner Bildung spielt und dabei ausreichend Gewicht in der Struktur des Budgets trägt.

Der Anteil der MWSt in der Struktur die Aufkommen der Steuern und der Erhebung und anderer Zahlungen in den Bundeshaushalt der Russischen Föderation bildet 30,5%, das die Bedeutsamkeit und den Einfluss der MWSt auf die Bildung der Haushaltseinnahmen noch einmal vorführt.

Die rechtliche Regelung der Berechnung und der Bezahlung der MWSt verwirklicht sich vom Kapitel 21 "Mehrwertsteuer" des Steuergesetzbuches der Russischen Föderation. Während seiner Existenz in Russland hat der Mechanismus der Berechnung der MWSt und Erhebungsverfahren der MWSt die bedeutenden Veränderungen ertragen. So war, zum Beispiel, der ursprüngliche Steuersatz mit 28% bis auf 18%, sowie bei einzelnen Arten der Lebensmittelprodukte und des Kindersortiments auf bis zu 10% reduziert worden. Es wird auch der Nullsatz verwendet [3, S.18].

Bis zur Annahme des Steuergesetzbuches war der Ersatz der MWSt nicht vorgesehen. Mit der Einführung des Gesetzbuches wird der Mechanismus der Steuerberechnung und der Steuerzahlung, der den Nullsatz der MWSt auf die Exportrealisierung festlegt und garantiert den Ersatz der MWSt im vollen Umfang, vom Exporteur an seinen Lieferanten bezahlt. Das Recht der Anwendung des Nullsatzes wird von den notwendigen Dokumenten bestätigt.

Der Ersatz der MWSt der Exporteure ist die allgemeingültige weltweite Praxis bei der Durchführung von Außenhandelsgeschäften, welche die Bezahlung der MWSt auf den Territorien des Landes-Importeurs vorsehen.

Ursprünglich war der Ersatz der MWSt zwecks der Vermeidung der Doppelbesteuerung und zur Sicherstellung der Konkurrenzfähigkeit von einheimischen Waren im Ausland eingeführt. Jedoch fing in Russland der Mechanismus der Ersatz der MWSt oft an, als Quelle des Auspumpens des riesigen Haushaltsmittels verwendet zu werden, wovon die kumulativen Disproportionen in der Dynamik das Wachstum der erstatteten Summen und der Exportoperationen zeugen [4, S.130].

In dieser Verbindung behandeln wir eine der Problemfragen der Steuerkontrolle, die mit dem Beweis der Fälle des Erhaltens des unbegründeten steuerlichen Vorteils bei der Berechnung und der Bezahlung der MWSt in Russland verbunden ist.

Der Steuerzahler kann den unbegründeten steuerlichen Vorteil bekommen, wenn er das illegale Steuerschema unter Ausnutzung der Eintags-Firma verwendet.

Um den vorgelegten Fakt zu beweisen, müssen, unserer Meinung nach, die Steuerbehörden vor allem bei der Vollziehung der Veranstaltungen der Steuerkontrolle solche Beweise sammeln, wie:

- Mangel an Wendung des Steuerzahlers des konkreten Geschäftsvorfalles;
- Mangel finanziell-wirtschaftlicher Tätigkeit des Geschäftspartners des Steuerzahlers;
- Der Übertrag der Steuerlast des Steuerzahlers auf die Organisation, die sich von der Besteuerung entzieht. In diesem Fall, nach der Analyse der schiedsrichterlichen Praxis in der gegebenen Frage, muss man in diesem Fall bemerken, dass solche Tatsachen wie die Abwesenheit des Geschäftspartners des Steuerzahlers nach der Eintragungsstelle, die Überlassung von ihm der Nullsteuererklärung kein Beweis der Fingiertheit seines Geschäftsvorfalles ist.

Für heute bleibt das Problem des Ersatzes der MWSt aus dem Bundesetat das schwerwiegende Hindernis für die Entwicklung der Wirtschaft. Um dem Betrug im Bereich des Ersatzes der MWSt aus dem Haushalt zu verhüten, bieten wir, den Steuerbehörden an, auf dem gesetzgebenden Niveau die Möglichkeit zur Verwirklichung zu gewähren:

- die Anfrage in den Banken der elektronischen Adresse des Geschäftspartners des überprüften Steuerzahlers. Solche Operation durchführend, können die Steuerbehörden in der Bank der Aufenthaltsort des Benutzers und die Zeit seines Ausgangs ins System pünktliche auf die Sekunde erkennen. Da es oft vorkommt, dass sich die Verwaltung der Bankrechnung der Eintags-Firma aus dem Büro des überprüften Steuerzahlers verwirklichen konnte;
- die Vollmachten für Aufrufe der Dokumente auszudehnen. Unausweichlich muss man die Prüfung ab dem Datum der Einreichung der Steuererklärung mit der gleichzeitigen Vorstellung des Verzeichnisses aller bestätigenden Dokumente beginnen und bei nachfolgenden Stadien die Betrachtung der Streitigkeiten damit beginnen, die Materialien zu verwendend, die nach dem Abschluss der Prüfung bekommen wurden;
- den Mechanismus der Arbeit mit den elektronischen Datenbanken der überprüften Steuerzahler zu überarbeiten;
- die Fristen der Durchführung der Steuerkontrolle zu revidieren, weil die Hauptbetonung in der Tätigkeit der Steuerdienste auf die Durchführung der kameralistischen Prüfungen gemacht wird, und auf ihre Durchführung Artikel 88 des Steuergesetzbuches der Russischen Föderation befristet nur drei Monate ab dem Tag der tatsächlichen Vorstellung der Erklärung und anderer Dokumente, die für die Berechnung und die Bezahlungen der MWSt notwendig sind. Zur abgeführten Frist vertieft die kameralistischen Prüfung mit Aufruf

des ursprünglichen Belegs des Steuerzahlers durchzuführen, mit der Organisation der Gegenkontrolle seiner Geschäftspartner schafft die große Belastung auf die Mitarbeiter der Steuerbehörden [5, S.8–9].

Alle vorstehenden Vorschläge mit uns werden helfen, die Effektivität der Tätigkeit der Steuerbehörden für die Kontrolle der Berechnung und der Bezahlung der MWSt zu erhöhen.

Literatur

1. Mamarukowa O.I., Steuern und Besteuerung: Lernmittel / O.I. Mamarukowa. — M.: “Omega – L”, 2010. — 310 S.
2. Bolschuchina I.S., Steuern und Besteuerung: Lernmittel / I.S. Bolschuchina. — Uljanowsk: UlSTU, 2012. — 136 S.
3. Das Steuergesetzbuch der Russischen Föderation. Der Teil eins und zwei. — M.: “Eksmo”, 2014. — 896 S.
4. Poworowa A.I., Die unwirksame Administrieren MWSt wie die Drohung der wirtschaftlichen Sicherheit des Russlands / A.I. Poworowa. // Der wirtschaftliche und soziale Umschlag: Tatsachen, Tendenzen, Prognose. — 2013. — № 2(26). — S.126–140.
5. Ermoschina T.W., Die Erhöhung der Kontrolle, der Berechnung und der Bezahlung MWSt. / T.W. Ermoschina. // Die zeitgemäße Tendenzen in der Wirtschaft und Verwaltung: neuer Blick. — 2012. — № 14–2. — S.7–9.
6. Galljamowa T.R., Ostaew G.J., Konzewaja S.R., Bildung und Standardisierung internes Audit in kommerzieller Organisationen / T.R. Galljamowa, G.J. Ostaew, S.R. Konzewaja // Internationale Buchführung — Wissenschaftlich-praktisches und theoretisches Journal. — № 45(243) 2012. — S.49–55.

Стрілець В. Ю.

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри фінансів

Сиротюк А. Ф.

Студент факультету фінансів і обліку

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

М. Полтава, Україна

ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Податкова політика є одним з важливих важелів управління соціально-економічним розвитком країни. Від того, наскільки збалансованим є податкове навантаження на фізичних і юридичних осіб залежить процвітання і добробут кожної країни. Оскільки Україна вибрала напрям інтегрування в європейський економічний простір, то особливу увагу необхідно приділити адекватній податковій політиці, яка з одного боку допоможе досягти рівня європейських стандартів, а з іншого — дозволить утримувати податковий тягар на достатньому рівні.

В Україні в останні роки приймаються заходи щодо підвищення ефективності податкової політики. Зокрема, законом від 28 грудня 2014 року № 71 «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів щодо податкової реформи» [4] було внесено ряд змін, що направлені на інтегрування та адаптування української податкової політики до євростандартів. До основних слід віднести зміни в оподаткуванні наступними податками:

- Податок на прибуток. Змінено розрахунок податкового зобов'язання, що визначатиметься виходячи зі скоригованого фінансового результату. При цьому розширено повноваження контролюючих органів у сфері перевірки правильності введення бухгалтерського обліку;
- Податок на додаток. Зміни відбулися здебільшого в процедурах адміністрування (звільнено від оподаткування операції з експорту зернових, продовжено звільнення операцій з постачання відходів та брухту чорних та кольорових металів [1]; введено електронне адміністрування з використанням спеціального рахунку; впроваджено санкції за порушення термінів реєстрації);
- Єдиний податок. Зменшено кількість груп платників податків та кардинально змінено розмір ставок для кожної групи. Важливим є виділення четвертої групи, до якої віднесено колишніх платників сільськогосподарського податку. Така зміна передбачає покращення державної підтримки сільського господарства;

- Податок на доходи фізичних осіб. Максимальну ставку податків підвищено з 17% до 20%, що збільшує податкове навантаження на фізичних осіб. Крім того, відбулися зміни в оподаткуванні пасивних доходів: встановлено 5% для доходів у вигляді дивідендів по акціям та корпоративним правам та 20% по всім іншим видам пасивних доходів;
- Військовий збір. Подовжено термін справляння збору за визначеним в Податковому кодексу України [3] механізмом з одночасним розширенням бази оподаткування;
- Акцизний податок. Скасовано акцизний податок з продажу цінних паперів з одночасним введенням нового акцизного податку з реалізації через роздрібну торговельну мережу алкогольних напоїв, тютюнових виробів та палива. Останній віднесено до місцевих податків з продаж на деякі види підакцизної продукції;
- Транспортний податок. Новий механізм стягнення передбачає справляння в розмірі 25 тис. грн з транспортних засобів віком до 5 років а об'ємом двигуна понад 3 тис. куб.см;
- Податок на нерухоме майно. Розширено базу оподаткування – включено об'єкти нежитлової нерухомості.

Висловлюючи власну думку стосовно впливу даних змін на ефективність податкової політики зазначимо, що реформування оподаткування місцевими податками і зборами, хоч і направлене на розширення фінансових ресурсів регіонів, все ж містить ряд положень, що можуть викликати зворотній ефект. Зокрема, впровадження акцизного податку суттєво вдарить по фінансовій спроможності малих підприємств роздрібною торгівлі, ефективність діяльності яких є стратегічним завданням нашої країни. Великий податковий тягар змусить зносу ухилитися від сплати податків та залишатися «в тіні».

Поряд з цим, податок на нерухоме майно зберігає великі норми неоподаткованої площі (60 м кв. для квартир та 120 м.кв. для будинків). Крім того, сільські, селищні та міські ради можуть збільшувати цю граничну межу площі, на яку податок не нараховується. Тобто фактично проблема невеликого охоплення платників даним податком залишається невирішеною.

Транспортний збір також буде охоплювати невелику кількість платників податків, оскільки автомобілів, що відповідають таким вимог, навіть серед дорогих марок дуже мало. А тому знову виникає питання «окупності» адміністрування даного податку.

На думку Кабінету міністрів України, запропоновані заходи спричинять зміни у структурі загальнодержавних податків та будуть позитивно впливати на нарощення обсягу доходів Державного бюджету [2]. Проте на практиці розрахунки показали, що обсяг недоотриманих бюджетом

коштів до Державного бюджету складає 18 млрд грн, а до Державного сектору 5,7 млрд грн [5].

Як висновок, складається враження, що всі заходи реформування податкової політики направлені не на удосконалення податкової системи країни в напрямку підвищення якості життя, а на просте покращення рейтингу України в щорічному рейтингуванні «Paying Taxes». Маємо розуміти, що необґрунтоване підвищення ставок податків без зворотної державної підтримки призведе тільки до спаду економіки, проґрішення рівня життя та спалаху наступної фінансової кризи в країні.

Література

1. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2014 рік / [Зубенко В. В., Самчинська І. В., Рудик А. Ю. та ін.] / ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ-II) впровадження»: К. — 2014. — 74 с.

2. Концепція реформування податкової системи України [Електронний ресурс] / проект МінФін України від 19.08.2014 / Міністерство фінансів України /. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/>. — Назва з екрана. — Дата перегляду 12.12.2014.

3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : від 02 груд. 2011 р. № 2755-VI : станом на 4 лист. 2012 р. / Верховна Рада України. — Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T102755.html. — Назва з екрана. — Дата перегляду: 29.01.2015.

4. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів щодо податкової реформи [електронний ресурс]: закон від 28 грудня 2014 року №71-VIII.-Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/71-19>-Назва з екрана. — Дата перегляду 26.05.15

5. Стрілець В.Ю. Вплив податкової реформи на ефективність функціонування бюджетної системи України/ В.Ю. Стрілець // Бізнес-інформ. — № 1. — 2015. — С. 323–330.

Секція 16: ФІНАНСИ, ГРОШІ ТА КРЕДИТ

Демкович О.В.

аспірантка

Львівська державна фінансова академія

м. Львів, Україна

СУТЬ ПОНЯТТЯ «СОЦІАЛЬНА ПРОГРАМА» ТА ЇЇ ОСНОВНІ РІЗНОВИДИ КЛАСИФІКАЦІЙ

Основними завданнями державної соціальної політики є гармонізація суспільних відносин, узгодження інтересів всього суспільства та окремих груп населення, забезпечення сталого людського розвитку, протидія бідності та соціальному відторгненню, забезпечення умов для гідної зайнятості та гідних умов життя, соціальної безпеки, розвиток галузей соціальної сфери: освіти, охорони здоров'я, житлово-комунального господарства, культури. Державна соціальна політика у своїй діяльності має певний план, що складається з послідовних кроків та дій, тобто програму.

Під «програмою» розуміють упорядковану послідовність дій, спрямовану на досягнення заздалегідь визначеної цілі. Якщо йдеться про «соціальну програму», то це — послідовність заходів, спрямованих на досягнення певної соціальної цілі. Поняття «соціальна програма» вирізняється за такими критеріями: спрямованість на вирішення певної соціальної проблеми; наявність певного контингенту охоплення; забезпеченість фінансовими та організаційними ресурсами [1, с. 19].

Програмний процес, тобто від його складання та до досягнення певної мети проходить кілька основних етапів. Кожний із етапів доповнюють один одного. Отже, основними етапами реалізації програми є:

- 1) постановка проблеми, визначення основних можливих способів її розв'язання;
- 2) складання структури соціальної програми та її прийняття;
- 3) виконання програми;
- 4) контроль за виконанням програми;
- 5) оцінка ефективності реалізованої програми;
- 6) прийняття рішення про доцільність продовження програми.

Програма складається з конкретних проєктів, які в своїй сукупності досягають поставленої мети. Державні цільові програми є обов'язковими як для звичайних агентів ринку, так і для державних органів управління.

На сьогоднішній час існує велика кількість класифікацій соціальних програм за різними ознаками та критеріями.

Загалом соціальні програми поділяють на:

- національні;
- державні (довгострокові 10–15 років, середньострокові від 3 до 5 років та програми на наступний рік);
- галузеві;
- регіональні (програми розвитку територіальних громад);
- цільові комплексні та надзвичайні програми [2, с. 109].

Різновидами державних соціальних програм є цільова комплексна програма — директивний, адресний документ, в якому визначені ресурси, виконавці, терміни та методи виконання комплекс заходів [2, с. 110].

Також програми класифікують за охопленням галузі: багатоцільові комплексні програми та одно цільові комплексні програми.

За спрямованістю виділяють такі види соціальних програм:

1) спрямовані на соціальну підтримку уразливих груп населення або захисту від соціальних ризиків: програми соціального страхування, програми адресної допомоги, житлові субсидії, соціальної підтримки інвалідів;

2) спрямовані на підтримку зайнятості: створення робочих місць, працевлаштування, перенавчання тощо;

3) спрямовані на збереження здоров'я нації (просвітницькі програми щодо здорового способу життя; будівництво закладів охорони здоров'я);

4) спрямовані на розвиток (програми підтримки обдарованої молоді, підтримка наукових досліджень; культурні програми тощо) [1, с. 21].

Наприклад Державна цільова соціальна програма підтримки сім'ї до 2016 року, яка була прийнята 2013 року є: за спрямованістю — захист від бідності; за рівнем — національна; за терміном дії — середньострокова; за комплексністю — не комплексна.

На основі інтегральної програми розвитку громади розробляються соціальні програми, що спрямовані на поліпшення соціальних умов життя населення. У зміст соціальних програм можуть включатися різні засоби:

1. Вдосконалення чинного законодавства та розробка нових нормативно-правових актів з питань діяльності життя громадян.

2. Проведення наукових досліджень, які сприятимуть вирішенню соціальних питань сталого розвитку громади.

3. Створення інформаційних систем з використання наукових досліджень, передового досвіду щодо розвитку громади.

4. Засоби, що спрямовані на розвиток національних особливостей містобудування та архітектури; охорона та раціональне використання пам'яток культурної спадщини.

5. Вдосконалення соціальних стандартів щодо рівня та якості життя; забезпечення доступу до соціальних послуг усіх верств населення.

6. Розвиток мережі закладів та установ дошкільного виховання, освіти, охорони здоров'я, фізичної культури та відпочинку.

7. Відкриття та утримання державних установ і навчальних закладів для соціально незахищених верств населення [3, с. 18–19].

У складанні програм беруть участь не тільки органи місцевого самоврядування, але й неурядові організації, групи ініціативних громадян місцевої громади, а також запрошені експерти. Як правило, велика програма поділяється на більш дрібні, а ті у свою чергу на конкретні проекти.

Розмаїтість тлумачень поняття «проект» свідчить про неоднозначність цього поняття. Інститут управління проектами дає таке визначення поняттю «проект» — деяка задача з певними вихідними даними і бажаними результатами, які обумовлюють спосіб його вирішення. Проте найчастіше при плануванні соціальних цілей йде мова про соціальні програми в які входять різноманітні соціальні проекти. Згідно із «Керівництвом з управління інноваційними проектами та програмами підприємств» програма визначається як органічне об'єднання груп проектів, які спрямовані на досягнення цілей програми. Вважається, що проект відрізняється від програми більшою структурованістю, інноваційністю, точнішою визначеністю термінів та ресурсів [4, с. 83].

Отже, така різноманітність класифікацій та тлумачень поняття соціальних програм дає підстави вважати, що вони посідають важливе місце серед всіх інструментів здійснення державної соціальної політики.

Література

1. Соціальні результати державних програм: теоретико-методологічні та прикладні аспекти оцінювання: [монографія] / за ред. Е.М. Лібанової; Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України. — Умань: Видавець «Сочінський», 2012. — 312 с.

2. Пономаренко О.В. Механізми державного управління соціальними проектами та програмами: теорія і методологія: монографія. — Донецьк: Технопарк, 2010. — 343 с.

3. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Технологія оцінки соціальних програм та проектів. Кіровоград, ІСКМ, 2007. — 100 с.

4. Керівництво з управління інноваційними проектами і програмами організації: Монографія. // Переклад на українську мову під редакцією проф. Ярошенка Ф.О. — К.: Новий друк, 2010. — 160 с.

Колесников П.С.

*Студент магістратури фінансово-економічного факультету
Спеціальність «Менеджмент у сфері бізнесу»
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
м. Київ, Україна*

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

На сьогоднішній день сучасні умови ринкової економіки вимагають від підприємств термінової реалізації продукції, а також постійного пошуку нових покупців і споживачів. Але все ж таки суб'єкти господарювання досить часто стикаються з проблемою неможливості своїх контрагентів вчасно розрахуватися за поставлену їм продукцію, у зв'язку з недостатністю коштів та невпевненістю останніх в успішній її реалізації. Так виникає дебіторська заборгованість і, отже, підприємства завжди повинні контролювати її рівень, при потребі та можливості створювати резерви сумнівних боргів, користуватися послугами факторингових компаній та ін. Проведення аудиту, зокрема дебіторської заборгованості, має велику актуальність, оскільки це стимулює підприємство до більш ретельної і регулярної інвентаризації власної заборгованості та до активного проведення заходів щодо стягнення заборгованості з неплатників [1].

Етимологія поняття «дебіторська заборгованість» бере свій початок в VIII ст. н.е. Значною сходинкою в розвитку розуміння дебіторської заборгованості є внесок Е. Дегранжа і Дж. Дзаппи, які почали її розглядати як показник, що характеризує фінансовий стан підприємства. У 1926 р. визначення цього показника надає в своїй роботі С.І. Корецький: «Взаємовідносини двох осіб, що укладають угоду можна виразити латинськими термінами: дебет (повинен) і кредит (вірить комусь, має за кимось)». У подальшому, з розвитком наукової думки, розуміння дебіторської заборгованості удосконалювалося, і сучасна наука має більш широкий спектр визначень.

Аналіз останніх публікацій в сфері управління дебіторською заборгованістю свідчить про недостатню розробленість даної проблеми. Так, Дубровська С.В. та М.Д. Білик розкривають проблемні питання сутності поняття «дебіторська заборгованість» [2, 3]; Ніколаєнко О. і Лещенко О.Г. приділяють увагу аналізу дебіторської заборгованості [4, 5]; Момот Т. та Савчук В.П. розглядають проблеми управління дебіторською заборгованістю в умовах фінансової кризи [6, 7]. Окремо необхідно виділити зарубіжних вчених, таких як: Стоун Д., Хитчинг К., Дж. Ван Хорн,

Зві Боді, Роберт К. Мергтон які також приділяли увагу вирішенню даного питання [8, 9].

Незважаючи на велику кількість публікацій, присвячених вивченню сутності поняття «дебіторська заборгованість», дане поняття настільки багатогранне, що і в даний час не існує єдиного підходу до його визначення. Тлумачення даного поняття різними науковцями зазначено в таблиці 1.

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності дебіторської заборгованості

Автор	Визначення
П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» [11]	Дебіторська заборгованість — це суми заборгованості дебіторів підприємству на певну дату.
Голов С. Ф. [12]	Дебіторська заборгованість — фінансовий актив, що є контрактним правом однієї сторони отримати гроші й узгоджується з відповідним зобов'язанням сплати іншої сторони.
Д. Стоун, К. Хітчинг [13]	Дебіторська заборгованість — це сума боргів, які винні підприємству юридичні або фізичні особи та які виникли у результаті господарських взаємовідносин з ними.
Райзберг Б. А., Лозовский Л.П., Стародубцева Е.Б. [14]	Дебиторская задолженность (англ. Accounts receivable (A/R)) — сумма долгов, причитающихся предприятию, фирме, компании со стороны других предприятий, фирм, компаний, а также граждан, являющихся их должниками, дебиторами
Лищенко О. Г. [5]	Дебіторська заборгованість — це фінансовий актив, який є контрактним правом отримувати грошові кошти або цінні папери від іншого підприємства.
Момот Т. [6]	Дебіторська заборгованість — безвідсоткова позика контрагентам.
Крайник О. П., Клепікова З.В. [15]	Дебіторська заборгованість — форма відстрочки платежу — відкритий кредит (неформальна або формальна угода, яка передбачає виконання послуг замовником або реалізації продукції покупцю з відстрочкою оплати за них. Такий кредит вважається безкоштовним та без чіткого визначення строку.
Белозерцев В. [16]	Дебіторська заборгованість — грошове вираження результату вимушеної або заздалегідь запланованої господарсько-економічної операції кредитного характеру з контрагентами (юридичними або фізичними особами), що мала місце у минулому та борг за неї може бути достовірно визначений, узгоджений з контрагентом та сплачений підприємству у майбутньому, а в поточний момент відображений у балансі підприємства як актив.

Кірейцев Г. Г. [17]	Дебіторська заборгованість — це складова оборотного капіталу, яка є комплексом вимог до фізичних чи юридичних осіб щодо оплати товарів, продукції, послуг.
---------------------	--

Цікавий підхід до тлумачення дебіторської заборгованості у закордонних авторів. Так, accounts receivable (анг.) поряд із дебіторською заборгованістю має такі варіанти перекладу: рахунки до отримання, рахунки дебіторів, дебітор за розрахунками. Зокрема, як зазначають Д. Стоун та К. Хітчінг: дебіторська заборгованість має назву «рахунки до отримання», а дебітори — це особи, які винні гроші за товари і послуги, вже одержані, але не оплачені ними [8].

Професори Гарвардського університету Зві Боді і Роберт К. Мертон визначають дебіторську заборгованість як «рахунки до отримання» [9], зазначаючи, що це та сума, яку покупці продукції повинні виплатити корпорації (підприємству).

Стосовно сучасних вітчизняних вчених, то Дубровська Є.В. визначає дебіторську заборгованість як неоплачені юридичними та фізичними особами товари (роботи, послуги) та/або вилучені кошти з кругообігу підприємства, що мають документальне підтвердження, яке надає право на отримання боргу у вигляді грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [2].

Деякі українські вчені розглядають дебіторську заборгованість як кошти, вилучені у підприємства, або які на певний термін знаходяться в інших осіб. Ми вважаємо таку дефініцію не досить коректною, оскільки вона потребує уточнення. Так, кошти, що вилучені у підприємства, не завжди перетворюються у дебіторську заборгованість.

Крайник О.П., Клепнікова З.В. визначають дебіторську заборгованість як форму відкритого кредиту (таблиця 1). Поняття «кредит» тісно пов'язане з поняттям дебіторської заборгованості, але ототожнювати їх не слід. Товарний (комерційний) кредит варто розглядати як передумову виникнення дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги.

Отже, як ми бачимо, всі автори розглядають одну і ту саму проблему під різним кутом. Систематизувавши усі розглянуті визначення поняття «дебіторська заборгованість» різними авторами, ми виділили основні риси, переваги та недоліки (таблиця 2).

На нашу думку, більшість наведених визначень є неповними, не розкривають сутність «дебіторської заборгованості» або розглядають тільки одну з її сторін. Вважаємо найбільш вдалим визначення авторів Г.Г. Кірейцева, О.А. Боровик, Л.О. Лігоненка, Н.М. Новикової, але й вони потребують доповнення.

**Переваги та недоліки основних визначень поняття
«дебіторська заборгованість»**

Автори	Ключові ознаки визначення поняття «дебіторська заборгованість»	Недоліки/преваги визначення
А. Ф. Вещунова, А.Ю. Редько	Грошові кошти до оплати.	Дебітори можуть заборгувати підприємству не тільки кошти, а й інші активи.
Л. Ш. Лозовський, С.В. Мочерний, В.С. Черненко, Д.В. Глінкіна, В.С. Зрадник	Борги	Вважаємо підхід коректним, оскільки «дебітор» походить від слова «дебет» (борг)
Г. Г. Кірейцев, О.А. Боровик, Л.О. Лігоненко, Н.М. Новикова	Вимоги до оплати	Вважаємо дане визначення доцільним, оскільки дебіторська заборгованість як боргова вимога розглядається з точки зору терміну їхнього виконання. При цьому вона може виражатися як в натуральному, так і грошовому еквіваленті.
Є. О Іванов, М.Д. Білик	Майно, що неоплачене контрагентами або готівка, що вилучена з кругообігу оборотних засобів.	Якщо розглядати дане визначення з точки зору структури балансу, то готівка є частиною майна. Тому виділяти її окремо є недоцільним.
Р. М. Іванчук, О.А. Іванчук	Вилученні гроші, які винні контрагенти.	До складу дебіторської заборгованості належать не тільки гроші.

На підставі проведеного дослідження визначення сутності поняття «дебіторської заборгованості» пропонуємо власне тлумачення даного терміну, а саме як показника фінансового стану підприємства, який являє собою суму заборгованості на користь підприємства на певну дату за наданий комерційний та споживчий кредити покупцям, а також авансування постачальників, щодо яких у підприємства з'являється майнове право вимоги оплати боргу. При цьому, такі взаємовідносини мають документальне підтвердження.

Сутність дебіторської заборгованості, на нашу думку, полягає саме у двійстому її характері: з одного боку, це певною мірою вигідно для підприємства:

- зростає товарообіг, а отже, й маса валового доходу та прибутку (за інших незмінних умов). Це — основна вигода;
- швидше реалізуються запаси, що дає змогу скоротити частку змінних витрат на них;
- іноді є можливість зробити заборгованість доходним активом, тобто брати відсотки за надання товарного кредиту.

Разом з тим дебіторська заборгованість, по суті, є відволіканням з господарського обігу обігових коштів підприємства, що супроводжується непрямими втратами його доходів:

- чим довший період погашення заборгованості, тим менший дохід від коштів, вкладених у дебіторів;
- кошти в заборгованості можуть знецінюватися через інфляцію;
- як і для інших активів, для фінансування заборгованості потрібне відповідне джерело, яке має свою ціну, яка включає видатки на: фінансування (підприємство фінансує комерційний кредит або за рахунок власних коштів, або за рахунок запозичених); видатки на управління; видатки, які з'являються через несвоєчасну оплату (фінансові втрати через продаж заборгованості третім особам, оплату послуг адвокатів).

Список літератури

1. Шевченко, Б.О. Теоретичні аспекти поняття «дебіторська заборгованість» [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/31_PRNT_2010/Economics/73594.doc.htm/-10.11.2012. — Назва з екрана. Школьник, І.О. Фінансовий менеджмент [Текст]: навч. посібн. / І.О. Школьник, І.М. Боярко, Б.І. Сюркало; за ред. І.О. Школьник. — Суми: Університетська книга, 2009. — 301 с.
2. Бланк, Игорь Александрович. Финансовый менеджмент [Текст]: учебный курс / И.А. Бланк. — К.: Ника-Центр: Эльга, 1999. — 528. — ИББИ 966-521-026-2.
3. Білик, М.Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств [Текст] / М.Д. Білик // Фінанси України — Міністерство фінансів України, 12/2003. — № 12. — С. 24–36.
4. Ніколаєнко, О. Деякі аспекти аналізу дебіторської заборгованості суб'єктів господарювання [Текст] / О. Ніколаєнко // Підприємство, господарство і право. — К.: ТОВ «Гарантія», 07/2004. — № 7. — С. 141–145.
5. Лищенко, О.Г. Аналіз дебіторської заборгованості в системі управління підприємством [Текст] / О.Г. Лищенко, Г.М. Бескота // Держава і регіони: журнал. — Запоріжжя: Гуманіст. Ун-т «Запоріж. ін-т держ. та муніцип. упр.», 2009. — № 1. — С. 114–117.
6. Момот, Т. Управление дебиторской задолженностью предприятия [Текст] / Т. Момот // Бизнес информ — 2003. — № 11–12. — С. 97–99.
7. Савчук, В.П. Управление финансами предприятия [Текст]: підручник / В.П. Савчук — М.: Бюком, Лаб. Знаний, 2005. — 480 с.

8. Хома, І.Б. Фінансовий аналіз [Текст]: навч. посібн. / І.Б. Хома, Н.І. Андрушко, К.М. Слюсарчик. — Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2014. — 344 с. 9. Боді Зві Фінанси: Пер. с англ. [Текст]: навч. посіб./ Зві Боді, Роберт Мертон. — М.: Видавн. Дім «Вільямс», 2000. — 592. ІББИ 966-576123-8.

10. Дубровська, Є.В. Дослідження сутності поняття «Дебіторська заборгованість» / Є.В. Дубровська // Вісник Сумського державного університету. Сер. Економіка — Суми: СумДУ. — 2009. — № 2. — С. 202–205.

11. Лучков, О.І. Визначення оптимального розміру дебіторської заборгованості [Текст] / О.І. Лучков // Актуальні проблеми економіки. — 2014. — № 1. — С. 22–27.

12. Голов, С.Ф. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами: приклади та коментарії [Текст]: практ. посіб./ С.Ф. Голов, В.М. Костюшенко. — К.: Лібра, 2001. — 670 с. — ІББК 966-2654-03-5.

13. Загородній, А.Г. Фінансовий словник [Текст] / Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. (4-ге вид. випр. та доп.) — К.: Т-во «Знання», КОО; Львів: Вид-во Львів. банківського ін-ту НБУ, 2002. — 566 с. — ІББК 966395-894-7.

14. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь [Текст] / Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 495 с.

15. Крайник, О.П. Фінансовий менеджмент [Текст]: навч. посіб. / Крайник О.П., Клепікова З.В. — Львів: Держ. Ун-тет «Львівська політехніка»; Київ: «Декор», 2001. — 260 с. — ІББИ 968-5328-02-21.

16. Белозерцев, В. Щодо товарного кредиту та дебіторської заборгованості на підприємстві [Текст] / В. Белозерцев // Економіст. — 2009. — № 11. — С. 23–28.

17. Кірейцев, Г.Г. Фінансовий менеджмент: Навч. посібник: Курс лекцій [Текст] / За ред. д.е.н., проф. Г.Г. Кірейцева. — К.: ЦУЛ, 2002. — 268 с.

Леонова А.В.

*студентка факультету економічних наук
Чорноморський державний університет імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ НАЦІОНАЛЬНИХ ВІДСОТКОВИХ СТАВОК НА ВАЛЮТНІ КУРСИ В УМОВАХ ЗАГОСТРЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНО- МІЧНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ КРИЗИ

Економічні, політичні та культурні зв'язки між різними країнами опосередковуються рухом грошових коштів, пов'язаних з оплатою товарів і послуг, ввезенням і вивезенням капіталів. Цей рух коштів у міжнародних зв'язках визначає зміст валютних відносин. Зрозуміло, що глобалізація економічних процесів, поглиблення міжнародного поділу праці, формування світового ринку та інтегрування національних господарств у світову економічну систему визначають істотне зростання ролі валютних відносин.

Для забезпечення функціонування і розвитку міжнародної економіки в цілому і окремо національних економік величезна увага приділяється валютному курсу та механізмам його встановлення. Дуже важливо утримувати власну валюту на стабільному рівні, зміцнювати її по відношенню до іноземних валют, адже це гарантує потужність і розвиток національної економіки.

Проблематика встановлення валютного курсу та факторів впливу на нього є об'єктом дослідження для багатьох як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Серед науковців, які приділяли увагу вивченню факторів впливу на валютний курс і, зокрема, впливу на нього відсоткових ставок, слід виділити П. Кругман, Ф. Мишкін, М. Обстфельд та інші. Серед вітчизняних вчених цю проблему досліджували В. Білошапка, Т. Косова, В. Лисицький, А. Мороз, Т. Остапшин, О. Папаїка, М. Пуховкіна, М. Савлук, А. Щетинін, В. Ющенко та багато інших.

З урахуванням зазначеного, метою дослідження є виявлення впливу національних відсоткових ставок на валютний курс, дослідження основних факторів, що впливають на валютний курс, та взаємозв'язок відсоткових ставок та курсу національної грошової одиниці.

Сьогодні, коли Україна перебуває в стані економічної кризи, а її валюта за останні два роки знецінилася приблизно в 4 рази, дослідження проблеми встановлення валютних курсів та факторів, що на них впливають, є дуже актуальним. Виявлення тих чи інших факторів впливу на валютний курс дасть змогу зрозуміти, яким чином його стабілізувати і чому гривня настільки нині знецінилася, хоча НБУ і проводить заходи з її укріплення.

Роль валютного курсу та необхідність встановлення центральним банком його адекватного режиму обумовлюється впливом, який здійснює валютний курс на економіку як держави, так і іноземних країн і світову економіку в цілому. Різкі коливання валютного курсу посилюють нестабільність міжнародних економічних відносин, викликають негативні соціально-економічні наслідки, втрати одних країн та виграші інших.

При зниженні курсу національної валюти, якщо не протидіють інші чинники, експортери або отримують експортну премію при обміні вичуженої іноземної валюти, яка подорожчала, на національну валюту, яка подешевшала, або мають можливість продавати товари за цінами, нижчими від середньосвітових. Але одночасно зниження курсу національної валюти впливає на подорожчання імпорту, що стимулює зростання цін у країні, скорочення ввезення товарів та споживання або розвиток національного виробництва товарів замість імпортних. Зниження валютного курсу скорочує реальну заборгованість у національній валюті та збільшує тягар зовнішніх боргів, виражених в іноземній валюті. Невигідним стає вивезення прибутків, процентів, дивідендів, які одержують іноземні інвестори у валюті країн перебування. У разі підвищення курсу національної валюти внутрішні ціни стають менш конкурентоспроможними, знижується обсяг експорту, що може призвести до занепаду експортних галузей національного виробництва. Імпорт, навпаки, розширюється. Стимулюється приплив у країну іноземних та національних капіталів, збільшується вивезення прибутків на іноземні капіталовкладення. Зменшується реальна сума зовнішнього боргу, вираженого в знеціненій іноземній валюті [5, с. 137].

Серед основних факторів впливу на валютний курс виділяють наступні:

- економічний розвиток країни та темпи зростання її валового внутрішнього продукту;
- стан платіжного балансу;
- темпи інфляції;
- динаміка грошової маси впливає на рівень цін, що позначається на рівні валютного курсу;
- діяльність валютних ринків та спекулятивні валютні операції;
- обсяги використання національної валюти у міжнародних розрахунках;
- валютна політика держави;
- ступінь довіри до валюти на національному та світовому ринках;
- рівень процентних ставок на ринку позначається на міжнародному русі капіталів. [4, с. 495].

Одним з найголовніших чинників, що визначають зміну валютних курсів, є відносний рівень реальних відсоткових ставок, тобто

номінальних відсоткових ставок з поправкою на величину інфляції. Зміна відсоткових ставок майже завжди призводить до коливань курсів валют. Механізм такого впливу зображено на рис. 1.

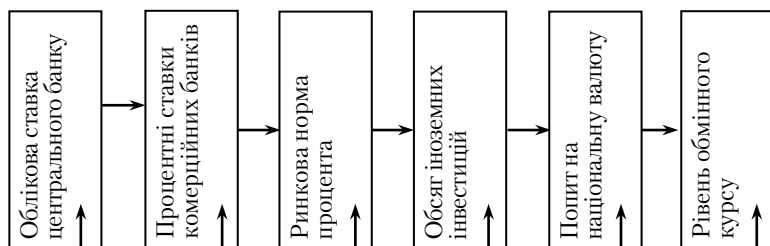


Рис. 1. Механізм впливу зміни відсоткових ставок на валютний курс [1, с. 485]

З врахуванням того, що різні відсоткові ставки (облікова, ставка по міжбанківських кредитах, ставка по кредитах та депозитах комерційних банків) змінюються синхронно, їх часто розглядають як певну абстрактну єдину відсоткову ставку [2, с. 536]. Основу розміру процентної ставки кожного банку складає величина облікової ставки національного банку. Тож для аналізу впливу відсоткових ставок на валютний курс обрано відсоткову ставку по кредитах. За курс валют взято курс гривні до долару США.

Таблиця 1

Динаміка відсоткових ставок по кредитах та валютного курсу за останні 12 місяців

Дата	Відсоткова ставка по кредитах, %	Валютний курс (грн/\$)
15.06.2014	16,2	11,72
15.07.2014	14,5	11,70
15.08.2014	16,8	13,13
15.09.2014	17,5	12,90
15.10.2014	14,8	12,95
15.11.2014	13,9	15,41
15.12.2014	18,0	15,76
15.01.2015	16,7	15,77
15.02.2015	20,1	25,91
15.03.2015	24,9	21,61
15.04.2015	22,6	21,78
15.05.2015	22,6	20,69

Джерело: Національний банк України [3]

Для більш наочного простеження динаміки побудуємо графіки залежності даних величин від часу.

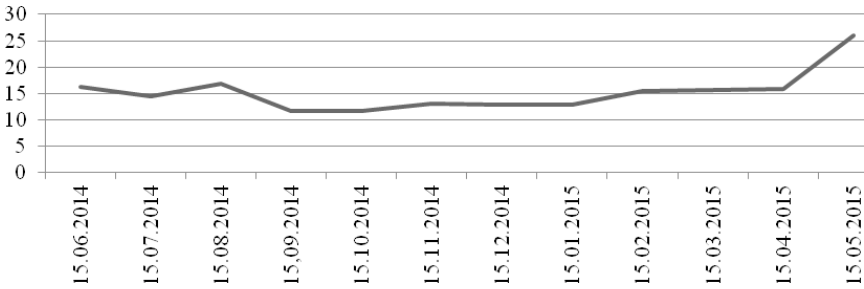


Рис. 2. Динаміка відсоткових ставок по кредитах за 12 місяців, %

Наведений графік показує, що відсоткова ставка протягом року коливалася у межах від 15 до 20% і стрімко зросла з початку нового року до 24%. В цілому вона має тенденцію до зростання. Для порівняння проаналізуємо динаміку валютного курсу за цей самий період за допомогою графіку нижче.

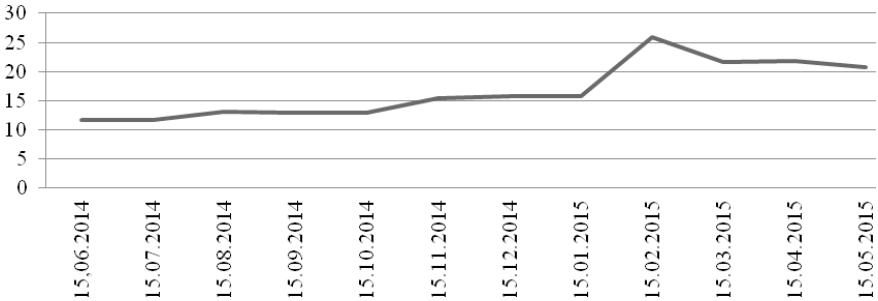


Рис. 3. Динаміка валютного курсу за 12 місяців, грн/\$

На рис. 3. показано, що протягом 2014 року курс гривні тримався на відносно стабільному рівні в межах 10–15 гривень за долар. Проте його відчутного зміцнення не відбувалося. Як і з відсотковою ставкою, відбувся стрімкий ривок з початку нового року. Якщо ж відсоткові ставки підвищувалися, що, згідно з теорією, мало б призвести до зміцнення національної валюти, то гривня всупереч цьому знецінювалася і курс становить 21 гривню за долар (а наприкінці лютого становив 30 гривень за долар). Якщо проаналізувати динаміку протягом усього періоду часу, то можна побачити, що відсоткова ставка періодично то підвищувалася, то знижувалася, натомість курс гривні практично не підвищувався, і національна валюта мала постійну тенденцію до знецінення.

Виходячи з вищезазначеного можна зробити висновок, що відсоткові ставки дійсно здійснюють значний вплив на валютний курс. Проте, якщо теоретично за зростанням ставок курс національної валюти має зміцнюватися, то на практиці ми бачимо, що він, навпаки, знецінюється. Такому явищу можна знайти пояснення. Враховуючи скрутну економічну ситуацію в Україні, вплив різних факторів майже неможливо передбачити. Перш за все така невідповідність теоретичним аспектам зумовлена причинами, які викликали зміну відсоткових ставок. Коли внутрішня реальна відсоткова ставка підвищується, то і внутрішня валюта дорожчає. Натомість якщо процентна ставка зростає через інфляційні очікування, то національна валюта знецінюється. Очевидно, що в Україні причиною зміни відсоткових ставок є саме інфляційні міркування. Крім того, наводилася гіпотеза, що підвищення національних відсоткових ставок робить національну валюту привабливою для інвесторів, і навпаки. Але, якщо відплив капіталів з країни обумовлений політичною й економічною нестабільністю, то підвищення процентних ставок не здатне зупинити цей процес. Справді, в умовах кризи і недовіри до уряду й банківської системи, високого ризику вкладення капіталів, нестійкого курсу національної валюти та відсутності належних гарантій збереження іноземних інвестицій механізм зміни відсоткових ставок не здатні адекватно впливати на динаміку обмінного курсу. Можна також відзначити деяку суперечливість аспектів впливу відсоткових ставок на економічні процеси. Так, з одного боку, підвищення відсоткових ставок центральним банком призводить до припливу іноземного капіталу в країну, приваблює інвесторів, зменшує обсяг національної валюти в обігу, проте з іншого боку висока ставка рефінансування збільшує відсоткову ставку, наприклад, кредитування бізнесу, що призводить до спаду вітчизняного виробництва і, як наслідок, скорочення робочих місць, зростання безробіття, що, звісно, може негативно відобразитися на національній економіці в цілому. Зниження ж відсоткових ставок має обернений, але також двоякий ефект.

Тож можна дійти висновку, що динаміку валютного курсу передбачити дуже важко. Поряд із відсотковими ставками є ще маса чинників, які так чи інакше, прямо чи опосередковано, одразу або з часом, позитивно або негативно, слабо або сильно впливають на валютний курс. Тому одне лише підвищення або зниження процентних ставок навряд чи може адекватно і правильно врегулювати курс валют. Тож, навіть якщо і застосувати зміну відсоткових ставок з метою стабілізації валютного курсу, слід робити це у комплексі з іншими заходами впливу, враховуючи вплив не лише цього одного фактору, а й інших, не менш важливих, факторів.

Література

1. Кругман П.Р., Обстфельд М. Международная экономика. Теории и политика: учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. В.П. Колесова, М.В. Кулакова. — М.: Экономический факультет МГУ, ЮНИТИ, 1997. — 799 с.
2. Мишкин, Фредерик С. Экономическая теория денег, банковского дела и финансовых рынков, 7-е издание.: Пер. с англ. — М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2006. — 880с: ил. — Парал. тит. англ.
3. Національний банк України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>
4. Пуховкіна М.Ф., Остапівшин Т.П., Білошапка В.С. Центральний банк і грошово-кредитна політика: навч. — метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2003. — 180 с.
5. Центральний банк і грошово-кредитна політика: навч. посібник. / За ред. Косової Т.Д., Папаїки О.О. — К.: Центр учбової літератури, 2011. — 328 с.

Савицька Оксана Іванівна

аспірант кафедри фінансів

ДВНЗ «Українська академія банківської справи

Національного банку України»

м. Суми, Україна

СУЧАСНИЙ СТАН ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Міжнародні зв'язки відіграють велику роль у розвитку економіки будь-якої країни в цілому та регіону зокрема. Так зовнішньоекономічна діяльність регіону впливає на розвиток основних галузей виробництва, та на розширення товарообороту області, стимулює інтенсивність виробництва та інноваційний розвиток, що необхідний для підтримки конкурентоспроможності продукції. Детальний аналіз здійснення міжнародної діяльності регіону дозволяє визначити подальший напрямок у формуванні зовнішньоекономічної політики регіону та обрати стратегію розвитку регіону у експортно-імпортній діяльності. Проведемо аналіз стану зовнішньоекономічної діяльності Сумської області за останні роки (табл. 1).

Таблиця 1

**Обсяги експортно-імпортних операцій за товарами та послугами
Сумської області за 2007–2014 рр., млн дол. США**

Показник	Рік							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Зовнішньоторго-вельний оборот	1210,4	1661,5	1199	1325,8	1960,5	1938	1725,8	1386,3
Експорт товарів	682	913,4	711,8	746,5	1017,4	1122,1	924,7	738,6
Імпорт товарів	374,5	547,3	388,8	469,9	814,1	678,8	667,8	555,1
Сальдо торгівлі товарами	307,5	366,1	323	276,6	203,3	443,3	256,9	183,5
Експорт послуг	50,1	41,4	30	44,3	43,3	62,4	55,4	43,7
Імпорт послуг	103,8	159,4	68,4	65,1	85,7	74,7	77,9	48,9
Сальдо торгівлі послугами	-53,7	-118	-38,4	-20,8	-42,4	-12,3	-22,5	-5,2
Сукупне сальдо торго-вельного балансу	253,8	248,1	284,6	255,8	160,9	431	234,4	178,3

Джерело: побудовано автором на основі [1, с. 11–14; 2]

За даними таблиці 1 можемо зробити висновок, що протягом останні 8 років зовнішньоторговельний оборот зростав, за винятком 2013–2014 рр., де темпи зростання знизились на 10,1% та 19,7% відповідно. Основну частку у зовнішньоекономічній діяльності Сумської області займає експорт товарів, що становить майже 55% в середньому за останні 8 років. Середня частка імпорту товарів у Сумській області становить 36%. Використовуючи зазначені данні розраховуємо показники розвитку та збалансованості міжнародної торгівлі у Сумській області за 2007–2014 рр. (табл. 2).

Таблиця 2

**Показники рівня розвитку та збалансованості міжнародної торгівлі
Сумської області за 2007–2014 рр.**

Назва показника	Рік							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Експортна квота	29,96	31,02	35,99	34,23	36,89	37,96	29,27	28,89
Імпортна квота	19,57	22,96	22,18	23,16	31,30	24,15	22,28	21,70
Зовнішньоторговельна квота	24,77	26,99	29,08	28,69	34,10	31,06	25,77	25,30
Коефіцієнт покриття імпор-ту експортом	1,53	1,35	1,62	1,48	1,18	1,57	1,31	1,33

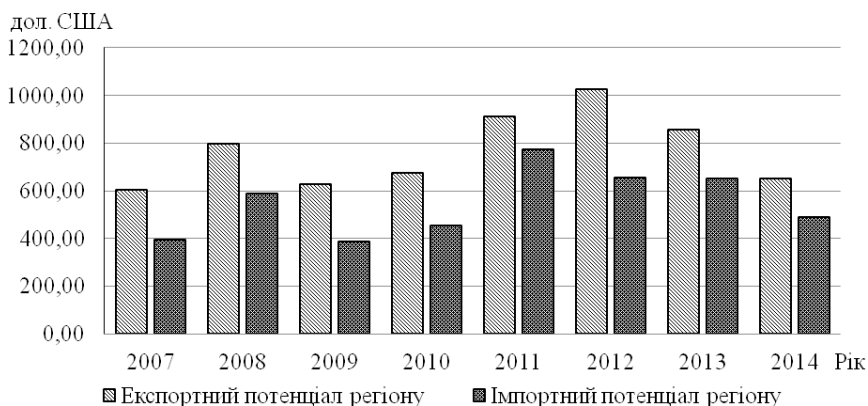
Продовження табл. 2

Коефіцієнт міжнародної конкурентоспроможності (рівновага торгівельних зв'язків)	0,21	0,15	0,24	0,19	0,08	0,22	0,14	0,14
Коефіцієнт еластичності зовнішньоторговельного обороту	0,99	1,09	1,08	0,99	1,19	0,91	0,83	0,98
Коефіцієнт випередження темпами росту регіонального експорту темпів росту ВРП	1,01	1,04	1,16	0,95	1,08	1,03	0,77	0,99

Джерело: побудовано автором на основі [1, с. 11–14; 2; 3, с. 85; 4, с. 14]

За отриманими даними бачимо, що Сумська область є експорторієнтованою, що підтверджується розрахунком експортно-імпорتنих квот. Що стосується коефіцієнтів, то в цілому протягом обраного періоду вони знаходяться у допустимому значенні та мали позитивну тенденцію до 2012 року. Загалом протягом 2013 року спостерігається спад у здійсненні експортно-імпорتنюї діяльності Сумської області, що відображається у економічному зростанні регіону.

Приділимо увагу динаміці показників експортного та імпортного потенціалу Сумської області за обраний період (рис. 1).



Джерело: побудовано автором на основі [1, с. 11; 2; 3, с. 85]

Рисунок 1. Динаміка експортно-імпортного потенціалу Сумської області за 2007–2014 рр.

Зазначені показники розраховуються на душу населення, а значить відображається вартісний вимір даних показників на одного жителя

області. Так в середньому на кожного жителя Сумської області припадає 710,2 дол. США експортного та 500,1 дол. США імпортного товару та послуг.

Загалом Сумська область є експортоорієнтованою. Переважання експорту над загальною часткою імпорту у зовнішньоторговельному обороті регіону має позитивний вплив на його економічний розвиток.

Література

1. Зовнішня торгівля товарами та послугами Сумської області у 2012 році: Статистичний збірник / Державна служба статистики України Головне управління статистики у Сумській області. — Суми. — 2013. — 169 с.

2. Зовнішньоекономічна діяльність та платіжний баланс [Електронний ресурс] Головне управління статистики у Сумській області. — Режим доступу: <http://sumy.ukrstat.gov.ua/?menu=65&level=3>

3. Кремінь М.В. Фінансова статистика: навч. посіб. / В.М. Кремінь, О.І. Кремінь. — К.: «Центр учбової літератури», 2014. — 368 с.

4. Растворцева С.Н. Внешнеэкономическая деятельность как фактор развития Российских регионов / С.Н. Растворцева, Е.Э. Колчинская. — Научные ведомости. — Серия История. Политология. Экономика. Информатика. — 2013. — № 22 (165). — Выпуск 28/1. — С. 13–24.

Шестопапов В.Г.

аспірант кафедри фінансів

Українська академія банківської справи

Національного банку України

м. Суми, Україна

ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ БАНКІВ У СТРУКТУРІ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Становлення нових економічних відносин в Україні відбувається в складних політико-економічних умовах, що виникли в результаті поглиблення загальної соціально-економічної кризи. Ефективне функціонування національного господарства зумовлює необхідність розв'язання низки важливих проблем загальнодержавного та регіонального значення: зміцнення економічного потенціалу країни та вітчизняного банківського сектору як основи забезпечення конкурентоспроможності економіки на внутрішньому і зовнішньому ринках. Мінливе зовнішнє економічне сере-

довище, наявність проблемних банків, а також ряд проблем при наданні банківських послуг, серед яких зокрема можна виокремити недосконалість вимог до якості та ступеня диверсифікації і ліквідності банківських активів, недостатній рівень капіталізації банківських установ, значний рівень непрозорості в їх діяльності та відсутність ефективної системи захисту прав споживачів банківських послуг в тій чи іншій мірі впливають на формування фінансового потенціалу банківського сектора, що в свою чергу здійснює безпосередній вплив на розвиток та використання фінансового потенціалу як окремо взятого регіону, так і фінансового потенціалу України в цілому.

На даний момент часу підвищення ефективності діяльності банківських установ відіграє виняткову роль у розвитку банківської системи, окремо взятих суб'єктів підприємницької діяльності, регіонів та країни в цілому. Україна, маючи досить слабкі позиції у банківській сфері, в той же час зіштовхується з рядом проблем: обмеженість фінансового потенціалу фактичних і потенційних інвесторів та недовіра до банківського сектору, нестабільність залучення та використання фінансового потенціалу комерційних банків та інше. Така ситуація в першу чергу в високій мірі обмежує свободу дій комерційних банків, зменшує ефективність взаємодії з іншими суб'єктами економічного простору. А це в свою чергу створює бар'єри для формування та ефективного використання фінансового потенціалу окремо взятого регіону.

В сфері науки фінансовий потенціал банків представлений великою кількістю підходів, що різняться один від одного предметом, що покладений в основу аналізу. Так з однієї точки зору фінансовий потенціал розуміють як суму власного капіталу та зобов'язань [1, с. 10], з іншої — як наявність фінансових ресурсів у визначений період часу, можливість їх використання у подальшому та забезпечення ефективного руху ресурсів банку у перспективі [2, с. 8]. Варто зауважити, що наведені вище тлумачення фінансового потенціалу банківського сектору не відображають всю їх сукупність. Кожен з авторських підходів [1, 2, 3] розглядає окремі аспекти фінансового потенціалу, що є результатом неконкретності понятійного апарату, що викликано масовістю та різноманітністю явищ, які він описує. На базі опрацьованого матеріалу та проведеного аналізу можемо розглядати фінансовий потенціал банків у складі фінансового потенціалу регіону як функціонування певної сукупності ресурсів, засобів, запасів та результатів діяльності банків як капіталу, що забезпечує зростання вартості, доходу, а також досягнення соціально-економічного ефекту та розвитку як окремих суб'єктів економіки, так і окремо взятого регіону у коротко- та довгостроковий період.

Отже, можемо констатувати, що аналіз функціонування фінансового потенціалу банків у структурі фінансового потенціалу регіону повинен ґрунтуватися на комплексний розгляд ресурсів, запасів, потоків, засобів та результатів їх діяльності.

Література

1. Воробйова О.І. Кредитно-інвестиційний потенціал банків України: автореф. дис... докт. екон. наук: 08.00.08 / Воробйова О.І. — Донецьк, 2011. — 39 с.
2. Вольська С.П. фінансовастійкість банку та механізми її забезпечення: автореф. дис...канд. екон. наук: 08.00.08 / Вольська С.П. — Київ, 2011. — 18 с.
3. Глущенко В.В. Концептуальні основи формування фінансового потенціалу суб'єктів господарювання в Україні / В.В. Глущенко // Фінансовий потенціал суб'єктів господарювання як чинник сталого розвитку ринкової економіки: матеріали Всеукр. наук.-практ.конф., 1 лют. 2013 р., Харків. — Х., 2013. — С. 13–25.
4. Шумська С.С. Фінансовий потенціал України: методологія визначення та оцінки / С.С. Шумська // Фінанси України. — 2007. — № 5. — С. 55–64.

**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
(INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL)**

**ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА
НАУКОВА РАДА**

Збірник тез наукових робіт

**II МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
«ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТА ФІНАНСІВ»
«28» травня 2015**

Сборник тезисов научных работ

**II МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ
«ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ»
«28» мая 2015**

Abstracts of scientific works

**II INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE
«GLOBAL ISSUES OF ECONOMY AND FINANCE»
«28» May 2015**

Видано у авторській редакції

Адреса: Україна, м. Київ, вул. Павлівська, 22, оф. 23
Контактний телефон: +38(044) 222-5-889
E-mail: info@frada.com.ua
www.frada.com.ua

Підписано у друк 22.06.2015. Формат 60x84/16
Папір офсетний. Гарнітура PetersburgС. Друк на дуплікаторі.
Тираж 50. Замовлення № 235.
Ціна договірна. Надруковано з готового оригінал-макету.

Надруковано у поліграфічному центрі ТОВ «Фінансова Рада України»
Контактний телефон: +38(050) 647-1543