

ЛОГО

Σ

МИСТЕЦТВО НАУКОВОЇ ДУМКИ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ЗА МАТЕРІАЛАМИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК: ОСВІТА ТА НАУКА ХХІ СТОЛІТТЯ

19 ЧЕРВНЯ 2018 РІК • КИЇВ, УКРАЇНА

ТОМ 3



ISBN 987-617-71717-80-4



ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ

«ЄВРОПЕЙСЬКА НАУКОВА ПЛАТФОРМА»

ОО «ЕВРОПЕЙСКАЯ НАУЧНАЯ ПЛАТФОРМА» • NGO «EUROPEAN SCIENTIFIC PLATFORM»

ЛОГОΣ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ЗА МАТЕРІАЛАМИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК:
ОСВІТА ТА НАУКА ХХІ СТОЛІТТЯ»**

19 ЧЕРВНЯ 2018 РІК

ТОМ 3

Київ • Україна

УДК 001(08)
Н 34

Н 34 **Інноваційний розвиток: освіта та наука XXI століття**
[текст]: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 19 червня 2018 року у м. Київ: зб. наук. праць «ΛΟΓΟΣ» / відп. за випуск Голденблат М.А. // ГО «Європейська наукова платформа». – Обухів: Друкарня ФОП Гуляєва В.М., 2018. – Т.3. – с. 124.

ISBN 987-617-71717-80-4

Викладено тези доповідей та статті учасників міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційний розвиток: освіта та наука XXI століття», яка відбулася у місті Київ, 19 червня 2018 року.

Збірник присвячено для студентів, аспірантів, докторантів, здобувачів, молодих фахівців, викладачів, науковців та інших зацікавлених осіб, а також для широкого кола читачів.

Бібліографічний опис матеріалів конференції представлено у Науковій електронній бібліотеці «Elibrary.ru».

Збірник включено до міжнародних наукометричних баз «РИНЦ» та «Google Академія».

УДК 001 (08)

© Колектив авторів конференції, 2018
© Збірник наукових праць «ΛΟΓΟΣ», 2018
ISBN 987-617-71717-80-4 © ГО «Європейська наукова платформа», 2018

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 7.

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ATTRACTION OF THE EUROPEAN VENTURE INVESTMENT TO THE UKRAINIAN IT-SECTOR Buzhan V.S.	7
INTERACTION OF THE STATE, BANKING AND REAL SECTORS OF THE ECONOMY PROBLEM PARTS Kryshstal G.O.	9
АНАЛІЗ КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ РИНКУ ЯЄЦЬ ТА ЯЄЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ Удовенко Д.О.	10
АНАЛІЗ НАДХОДЖЕННЯ ПРЯМИХ ТА НЕПРЯМИХ ПОДАТКІВ ДО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ Смашнюк О.В.	16
АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ Белова В.О., Котович О.В.	23
АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ Гусак К.Ю.	25
АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ Скрипник Т.В.	29
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ Покиньюборода А.О.	32
ВЗАЄМОДІЯ ДЕРЖАВИ ТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРУ У ВІТЧИЗНЯНИХ УМОВАХ Маркович І.Б.	38
ВПЛИВ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЙ НА РИНОК ОНЛАЙН-РІТЕЙЛУ Жаворонкова М.О., Шевченко І.В.	39

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО ДЕРЖАВНОГО БОРГУ НА ЕКОНОМІЧНИЙ СТАН КРАЇНИ Сидоренко Т.О.	42
ВПЛИВ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ Пшенична А.О.	44
ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ВИРОБНИЦТВА ЦУКРУ В УКРАЇНІ Машлій Г.Б.	47
ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ В УКРАЇНІ Дикун В.В., Блідченко Н.М.	48
ЕФЕКТИВНИЙ БРЕНДИНГ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Бровко Д.Д., Пасс І.Д.	51
ЗАБРУДНЕННЯ ВОДОЙМ В УКРАЇНІ ЯК ОДНА З ПРОБЛЕМ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ Кульчинська З.О.	54
ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Животок Е.Б.	56
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ Машлій Г.Б.	58
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ Кириленко Х.В.	59
ІНСТРУМЕНТИ ЗАХИСТУ ЦІННОСТІ СТАРТАПІВ Артеменко Д.Т.	63
ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ТА ІННОВАТИЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ В УМОВАХ НОВОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ Галюк І.Б.	64

ІНТЕРАКТИВНИЙ РЕКЛАМНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПОБУДОВИ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ КОМПАНІЇ Троханенко О.М.	66
КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ Габро І.В.	68
КРЕДИТНА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОЇ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ Петушко Я.Р.	70
МАРКЕТИНГ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ Куліковська О.С.	73
МАРКЕТИНГОВІ РИЗИКИ ПІД ЧАС ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ Гугніна В.І.	75
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ІНТЕРНЕТІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕВАГИ Алієва Л.Ю.	78
МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА Пілявоз Т.М., Глущенко Л.Д.	80
МЕХАНІЗМ РОЗРАХУНКОВО-КАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В БАНКУ ТА ЗАХОДИ ЩОДО ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ Чичибабіна Д.Г.	83
МОДЕЛІ ДИНАМІЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ В ДОСЛІДЖЕННІ ВПЛИВУ ЛІКВІДАЦІЙНОЇ ВАРТОСТІ ОБЛАДНАННЯ НА ТЕРМІН ЕКСПЛУАТАЦІЇ Мягков О.С., Воєводський Г.Ю.	90
МОДЕЛІ ПОВЕДІНКИ В ОРГАНІЗАЦІЇ: РІВНІ, СТРУКТУРА, ПРОЯВИ Гакова М.В.	92
НЕМАТЕРІАЛЬНА МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ КОМПАНІЇ (НА ПРИКЛАДІ НАВЧАЛЬНОГО ЦЕНТРУ - IT EDUCATION ACADEMY) Манзик Ж.В., Малик І.П.	97

ОБЛІК ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЗБУТОВИХ ВИТРАТ Ткачук С.В.	102
ОБЛІК І АУДИТ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ Павлюх І.А.	106
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА Брижан В.О.	113
ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: ВПЛИВ НА СТРУКТУРУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ Байбак В.В.	115
ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ Коваленко Ю.С.	122

СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ATTRACTION OF THE EUROPEAN VENTURE INVESTMENT TO THE UKRAINIAN IT-SECTOR

Ph.D candidate in economics **Volodymyr Buzhan**

*Department of Economic History NASU Institute for Economics and Forecasting
Ukraine*

This article investigates the key sources of venture capital. The causes of the low position of the Ukrainian IT are defined, as well as the analysis of current IT-sector development. The article defines potential European investment partners and the key sources of venture capital within European countries.

Relevance of this problem is defined by the international investment processes which act as a driver of the integration and globalization processes. Today Ukraine holds weak position in competitiveness rankings and investment climate is characterised by high level of uncertainty and as a result high risks. As IT projects possess high level of risks venture capital is the most attractive option in financing this kind of projects. Free Trade Agreement between Ukraine and EU that includes investment cooperation is an important favourable factor in attracting foreign capital and european venture capital in particular.

The key competitive advantage of the Ukrainian IT-sector on the global market is a large number of highly qualified specialists and relatively low wages, which is 4 times lower than in USA. However, during the last 10 years over 50 thousand IT specialists immigrated from Ukraine. That implies significant potential losses in export potential and tax contributions to the budget. Within the next 5 years over 100 thousand specialists will graduate from Ukrainian universities and over 70% of the current IT specialists on the Ukrainian market consider to immigrate to another country. Attraction of foreign venture capital will leader to a more rapid development of the IT-sector, create new workplaces, stimulate the technological development and increase the export capacity that will consequently have a positive impact on the macroeconomic stability.

Table 1

Structure of the raised capital by the Venture Funds in EU (by the major contributors)

Source of Investment	Share%
Government agencies	33.8
Business Angels	16.1
Investment Funds	8.7

Pension Funds	7.8
Corporate funds	6.5
Family offices	4.0
Insurance companies	3.1
Donations	2.3
Banks	2.2
Sovereign Investment Funds	1.7
Academic Sector	0.3

Source: Ukrainian Association of Investment Business [1].

The developed countries of the European Union such as Germany, France, Sweden, Denmark have a highly developed venture capital market and a very advanced startup-network in which the state and educational institutions take part. In general, the state is a source of funding for young projects in a different form up to 36%, which allows more projects to go through the initial stages.

Key selection process criterias in finding the potential european veture partners and investors:

1. Amount of Funds under Management.
2. Diversified portfolio of the company.
3. Deep expertise and strong base of experts/mentors.
4. Акцент на фінансуванні проєктів, що знаходяться на початкових стадіях.
5. Focus on Emerging Markets and countries with transition economies.

As a result of carried out research it has been defined the most relevant European VC Funds that may be considered as attractive partners in establishing Ukrainian VC Fund with a focus on Ukrainian startups.

Table 2

Selected European-based venture capital funds

Venture Capital Fund	Amount of Funds Managed (mln. US dollars)	Characteristic of the key European venture capital funds			
		Diversified portfolio	Base of experienced mentors	Early-stage startups financing	Interest in emerging markets and transition economies
DN Capital	200	+	+	-	-
Bridge ventures	201	-	+	+	-
Scottish Equity Partnership	228	+	+	+	+
Partech Ventures	240	+	+	+	+
Rockaway Capital	260	+	+	+	+
North Zone Ventures	325	+	+	+	-

Source: European Venture Capital Association [2],[3],[4].

Attraction of the European venture capital will lead to significant increase in early-stage startups financing and will give an opportunity to improve the level of the professionalism in the new industry that is still at the very early formation stage in Ukraine. Suggested list of European venture capital funds satisfies the current needs of the Ukrainian venture capital market to finance early-stage startups and will help to discover the potential of the Ukrainian IT-sector.

References:

1. Проблеми ведення бізнесу Private Equity в Україні [E-resource]. — Access: http://www.uaib.com.ua/files/articles/1257/50_4.pdf
2. The Entrepreneur VC 100 list of top early-stage venture [E-resource]. – Access: <http://www.entrepreneur.com/article/242702>
3. Preqin Special Report: Venture Capital. [E-resource]. – Access: <http://www.preqin.com/docs/reports/>
4. Smart choice: The case for investing in European venture capital. European Venture Capital Association. [E-resource]. –Access: <http://www.evcd.eu/media/309888/smart-choice.pdf>

INTERACTION OF THE STATE, BANKING AND REAL SECTORS OF THE ECONOMY PROBLEM PARTS

PhD. Kryshchal Halyna Oleksandrivna
*Raiffeisen Bank Aval
Ukraine*

Interaction of the state, banking and real sectors of the economy problem parts: asymmetry of goals, information and behavior of subjects; changes in the conditions of domestic and foreign markets, outflow of capital abroad; structure of the investment portfolio of long-term accumulation funds; inconsistency of economic policies; tightening of monetary and banking policies; policy of external resource independence.

World experience shows that the improvement of the institutional infrastructure of the banking system is ensured both by the efforts of the state (legal) and private business (informational and institutional). Banking and real innovations are characterized by significant contradictions in the position of motives and the period of their initiation within the cyclic stages. In this case, the emphasis should be placed on regulatory innovations, the action of which should be directed to a combination of the period of implementation of banking and real innovation at the stage of economic

growth, which is appropriate in the face of limited budget funds and passivity of banks in crisis years [1; 2].

At the same time, this shift in the emphasis in the area of initiating regulatory innovations within the key stages of the economic cycle is aimed at reducing the extra opportunistic sentiment of banks during the economic boom and stimulating their participation in priority sectors of economy and industry, including high-risk, and the banking reflex expectations of support States during periods of recession and crisis should be replaced by independent activity and increased responsibility.

References:

1. Mishchenko V.I., Slavianska N.H. Bankivski operatsii : pidruchnyk / za red. V.I. Mishchenka, N.H. Slavianskoï. – K.:Zhannia, 2011. – S. 727. (Ukrainian)
2. Upravlinnia vidstokovym ryzykom / T.Bludova, P.Harmydarov // Visnyk NBU - 2004. - № 10. - S.34–35. (Ukrainian)

АНАЛІЗ КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ РИНКУ ЯЄЦЬ ТА ЯЄЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ

Удовенко Дар'я Олегівна

Науковий керівник: к.т.н., доц. Лояніч Г.С.

*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Україна*

У статті проаналізовано ринок яєць та яєчних продуктів в Україні за 2000-2016 рр. Визначено зв'язок між показниками споживання та виробництва цих товарів в Україні, на основі чого побудована кореляційно-регресійна модель. Дослідження зв'язку проведено за допомогою показників щільності та причинно-наслідкової залежності. Результати аналізу свідчать про високий рівень залежності обсягу виробництва яєць від фонду споживання.

Постановка проблеми. Ринок яєць та яєчних продуктів України відіграє вагоме значення у забезпеченні населення продукцією, яка має широке застосування як в щоденному раціоні, так і є сировиною для харчової промисловості і підприємництва. Куряче яйце є одним із дешевих, а тому і доступних джерел поживних елементів та біологічно активних речовин для населення. Яйцепродукти є продуктами переробки яєць (меланж, білок, жовток, порошок тощо). Їх використовують для приготування харчових продуктів, оскільки по харчовій цінності майже не відстають від свіжих яєць, але в порівнянні є більш транспортабельними і стійкими при зберіганні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування і функціонування ринку яєць та яєчних продуктів України досліджені в працях вітчизняних вчених та практиків, зокрема О. О. Гуменюк, Н. В. Круліковська, Н. В. Весуліна, В. Н. Бородая, І. І. Івка, М. І. Сахацького, Н. В. Сеперовича, В. І. Фісініна, Ф. О. Ярошенка, Д. О. Кирилюка та інших. Проблемі підвищення точності прогнозів за даними кореляційно-регресійного аналізу присвячена велика кількість наукових праць, зокрема, таких вчених, як Ю. А. Харченка, В. О. Кулявця, О. Л. Лещинського, Д. Е. Ханка, Хемді А. Таха, Д. Мура, Н. Драйпера, П. В. Гудзя та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. З огляду на необхідність і щоденну потребу в цьому продукті виникає потреба у дослідженні ринку яєць та яєчних продуктів в Україні не лише простими методами аналізу, а і з допомогою встановлення кореляційно-регресійних зв'язків та побудови відповідної моделі.

Метою статті є визначення та аналіз щільності зв'язку між показниками, на основі яких буде побудована кореляційно-регресійна модель ринку яєць в Україні за 2000-2016 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перед тим, як будувати кореляційно-регресійну модель, необхідно розглянути її переваги:

- вона дозволяє аналітично відображати взаємозв'язки між показником та факторами, що досліджуються;
- дає можливість оцінити міру впливу окремих факторів на показник;
- забезпечує визначення оцінки впливу всіх факторів на показник;
- її можна перевірити сучасними математичними методами на адекватність дійсним статистичним даним;
- є достатньо простою в реалізації [2, с. 95] .

У табл. 1 представлені статистичні дані про фонд споживання яєць та їх виробництво в Україні. Використовуючи їх, побудуємо кореляційно-регресійну модель та визначимо зв'язок між факторним та результативним показником, у даному випадку між фондом споживання яєць та яєчних продуктів та їх виробництвом в Україні.

Таблиця 1

Фонд споживання і виробництва яєць в Україні за 2000 – 2017 рр.

Рік	Фонд споживання яєць, млрд. шт. (X)	Виробництво яєць, млрд. шт. (Y)
2000	8,142	8,800
2005	11,207	13,000
2011	13,279	17,052
2012	14,165	18,690
2013	14,019	19,110
2014	14,075	19,615
2015	13,344	19,587
2016	12,014	16,783
2017	11,042	15,100

Джерело: побудовано за даними [4, с.16; 5, с.143].

Для визначення виду залежності, використовуючи вихідні дані, будуюмо кореляційне поле (рис. 1).

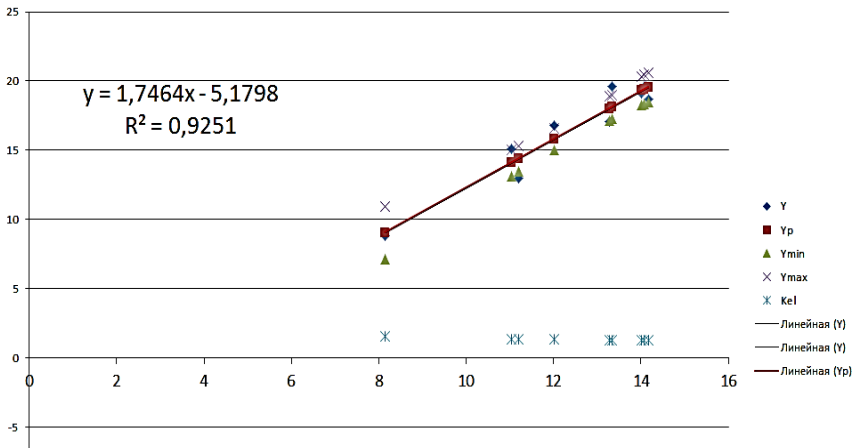


Рис.1. Кореляційне поле та теоретична лінія регресії
Джерело: побудовано автором за даними табл.2

За розміщенням точок на кореляційному полі припускаємо, що залежність між x та y лінійна, тобто, вона виражається рівнянням прямої: $\bar{y} = a + b \cdot x$, де a, b – оцінки невідомих параметрів моделі.

Далі необхідно визначити параметри рівняння зв'язку, що означає знайти його параметри. У такому випадку звичайно використовують правило найменших квадратів (МНК). Воно є найпоширенішим і теоретично обґрунтованим. Крім того, оцінки коефіцієнтів регресії знайдені за МНК при визначених передумовах, мають ряд оптимальних властивостей (незміщеність, ефективність, обґрунтованість). Згідно даного методу, сума квадратів відхилень фактичних значень результативної ознаки (y) від його значень, знайдених за рівнянням регресії (\bar{y}_x) має бути мінімальною:

$$\sum (y - \bar{y}_x)^2 = \min. \quad (1)$$

За методом найменших квадратів параметри b та a знаходяться наступним чином:

$$S = \sum (y - \bar{y}_x)^2 \rightarrow \min; \quad (2)$$

$$S = \sum (y - a - bx)^2 \rightarrow \min. \quad (3)$$

У цій функції за змінні приймаються послідовно a та b . Екстремуми функції двох змінних визначаються, якщо частинні похідні по цим змінним дорівнюють 0.

$$\frac{dS}{da} = 0; \quad \frac{dS}{db} = 0; \quad (4)$$

$$\begin{cases} 2 \sum (y - a - bx)(-1) = 0, \\ 2 \sum (y - a - bx)(-x) = 0; \end{cases} \quad (5)$$

$$\begin{cases} -\sum y + \sum a + \sum bx = 0, \\ -\sum yx + \sum ax + \sum bx = 0; \end{cases} \quad (6)$$

Після перетворень останньої системи рівнянь, отримуємо систему нормальних рівнянь:

$$\begin{cases} na + b \sum x = \sum y \\ a \sum x + b \sum x^2 = \sum yx \end{cases} \quad (7)$$

Для спрощення розв'язку останньої системи побудуємо кореляційну таблицю (табл.2).

Таблиця 2

Допоміжні розрахунки кореляційно-регресійної моделі ринку яєць в Україні за 2000 – 2017 рр.

Рік	Фонд споживання яєць, млрд. шт. (X)	Виробництво яєць, млрд. шт. (Y)	yx	x^2	y^2
2000	8,142	8,800	71,650	66,294	77,440
2005	11,207	13,000	145,691	125,597	169,000
2011	13,280	17,052	226,444	176,348	290,771
2012	14,165	18,690	264,744	200,647	349,316
2013	14,020	19,110	267,915	196,549	365,192
2014	14,076	19,615	276,097	198,128	384,748
2015	13,345	19,587	261,383	178,081	383,651
2016	12,015	16,783	201,644	144,355	281,669
2017	11,042	15,100	166,740	121,935	228,010
Разом	111,291	147,737	1882,308	1407,934	2529,797
Середнє	12,366	16,415	209,145	156,437	281,089

Отже, для нашого прикладу система нормальних рівнянь (7) буде наступною:

$$\begin{cases} 9a + 111,291b = 147,737, \\ 111,291a + 1407,934b = 1882,308; \end{cases}$$

Параметри рівняння a та b отримаємо з наступних виразів:

$$b = \frac{\bar{y}\bar{x} - \bar{y}\bar{x}}{\sigma_x^2}, \quad a = \bar{y} - b\bar{x};$$

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} = \frac{111,291}{9} = 12,366; \quad \bar{y} = \frac{\sum y}{n} = \frac{147,737}{9} = 16,415;$$

$$\overline{xy} = \frac{\sum xy}{n} = \frac{1882,308}{9} = 209,145;$$

$$\sigma_x^2 = \frac{\sum x^2}{n} - (\bar{x})^2 = \frac{1407,934}{9} - (12,366)^2 = 3,519; \quad \sigma_x = 1,876;$$

$$b = \frac{209,145 - 16,145 \times 12,366}{1,876} = 1,7464; \quad a = 16,145 - 1,746 \times 12,366 = -5,1798;$$

Таким чином, рівняння регресії має вигляд: $\overline{y}_x = 1,7464x - 5,1798$.

Використовуючи отримане рівняння, визначимо необхідний обсяг виробництва яєць, який зможе повністю задовільнити фонд споживання (табл.3).

Таблиця 3

Теоретичний рівень обсягу виробництва яєць в Україні за 2000 – 2017 рр.

Рік	Фонд споживання яєць, млрд. шт. (X)	Виробництво млрд. шт. (Y)	Теоретичний рівень обсягу виробництва, млрд.шт. (\overline{y}_x)
2000	8,142	8,800	9,039
2005	11,207	13,000	14,392
2011	13,280	17,052	18,011
2012	14,165	18,690	19,558
2013	14,020	19,110	19,304
2014	14,076	19,615	19,402
2015	13,345	19,587	18,125
2016	12,015	16,783	15,802
2017	11,042	15,100	14,104

Розрахункові дані відобразимо на графіку у вигляді прямої. Очевидно, що вони дуже добре відтворюють фактичні дані (рис. 1).

Параметр а рівняння регресії відображає усереднений вплив на результативну ознаку неврахованих (не виділених для дослідження) факторів.

Параметр b називається коефіцієнтом регресії. У рівнянні прямої він показує, наскільки зміниться в середньому значення результативної ознаки при збільшенні факторної на одиницю. У нашому випадку параметр b означає, що зі збільшенням фонду споживання на 1 млрд. шт. обсяг виробництва зростає на 1,7464 млрд. шт.

Для визначення відносної зміни результативного показника (у %) при зміні факторної на 1% необхідно розрахувати коефіцієнт еластичності:

$$K_e = \frac{\Delta y}{y} : \frac{\Delta x}{x} \text{ або} \quad (8)$$

При вирівнюванні по прямій коефіцієнт еластичності розраховується за формулою:

$$K_e = b \frac{\bar{x}}{y}. \quad (9)$$

У нашому прикладі: $K_e = 1,7464 \times \frac{12,366}{16,415} = 1,316\%$.

Таким чином, зі збільшенням фонду споживання яєць на 1% обсяг їх виробництва зростає на 1,316%.

Оцінка тісноти зв'язку між результативною і факторною ознаками здійснюється за допомогою спеціальних показників.

Для лінійної залежності застосовується лінійний коефіцієнт кореляції (або просто коефіцієнт кореляції). Для парного зв'язку він розраховується за формулою:

$$r_{xy} = \frac{\bar{y}\bar{x} - \bar{y}\bar{x}}{\sqrt{\sigma_x^2 \times \sigma_y^2}}; \quad (10)$$

Крім того, коефіцієнт кореляції може бути розрахований за іншими формулами:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum y^2 - (\sum y)^2] \cdot [n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}; \quad (11)$$

Таким чином, коефіцієнт кореляції нашого дослідження дорівнює:

$$r = \frac{9 \times 1882,308 - 111,291 \times 147,737}{\sqrt{(9 \times 2529,797 - 147,737^2)(9 \times 1407,934 - 11,291^2)}} = 0,962$$

З отриманого значення коефіцієнта кореляції можна зробити висновок про сильну (пряму) лінійну залежність між змінними x і y . Це також підтверджується розміщенням точок на кореляційному полі (рис. 1).

Якщо лінійний коефіцієнт кореляції піднести в квадрат, то отримаємо інший показник тісноти зв'язку, який називається коефіцієнтом детермінації (Д), що відбиває ступінь коливання y в залежності від зміни x . У нашому дослідженні він дорівнює 0,925. Це означає, що результативна ознака (обсяг виробництва яєць) на 92,5% обумовлена факторною ознакою (фонд споживання яєць), а 7,5%, що залишились – вплив не врахованих в модель факторів. Тобто, між результативною та факторною ознаками причинно-наслідковий зв'язок дуже високий.

Висновки. Ринок яєць відіграє важливу роль у забезпеченні тваринного білка, поживних речовин та біологічно активних речовин в харчуванні людей різного віку. На основі побудованої моделі та обчисленні необхідних показників щільності та причинно-наслідкового зв'язку, виянилось, що між результативною (обсяг виробництва яєць)

та факторною (фонд споживання яєць) ознаками існує сильна, пряма залежність і причинно-наслідковий зв'язок є дуже тісним. Також в останні роки спостерігається задоволеність споживчого попиту вітчизняною продукцією понад необхідний обсяг, що сприяє експорту яєць та яєчних продуктів за кордон, зокрема експорт у 2017 році склав 0,885 млрд. шт.

Список використаних джерел:

1. Економетрія: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Л. Лещинський, В. В. Рязанцева, О. О. Юнькова. — К. : МАУП, 2003. — 208 с.
2. Кулявець В. О. Прогнозування соціально-економічних процесів: навч. посіб. / В. О. Кулявець. — К. : Кондор, 2009. — 194 с.
3. Харченко Ю. А. Кореляційно-регресійний аналіз обсягів збуту продукції промислового підприємства / Ю. А. Харченко // Економічний простір. — 2014. — № 86. — С. 214-223.
4. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України у 2017: [стат. збірник / відп. за вип. О.М. Прокопенко]. — Київ: Державна служба статистики України, 2017. — 55 с.
5. Україна у цифрах 2017: [стат. збірник / відп. за вип. О.А. Вишневська]. — Київ: Державна служба статистики України, 2018. — 240 с.
6. Гоменюк О. О. Сучасний стан та перспективи розвитку світового та українського ринків яєць та яєчних продуктів [Електронний ресурс] / О. О. Гоменюк, Н. В. Круліковська // Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. — Електронні дані. — [Дніпропетровськ: Дніпропетров. держ. Аграрний ун-т: ТОВ «ДКС Центр», 2014]. — № 6. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3127>. — Назва з екрана.

АНАЛІЗ НАДХОДЖЕННЯ ПРЯМИХ ТА НЕПРЯМИХ ПОДАТКІВ ДО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Смашнюк Олена Валеріївна

Науковий керівник: асист. Громова А.Є.

*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Україна*

На сучасному етапі розвитку економіки формування централізованих фінансових ресурсів у вигляді доходів створюється, в основному, завдяки податковим надходженням. На жаль, останніми роками в Україні простежуються не завжди економічно обґрунтовані зміни в системі оподаткування, без відповідного прогнозування їхнього впливу на макро- і мікроекономічні показники. Крім цього, сьогодні на державному рівні визнано гостроту проблеми оподаткування,

пов'язаної з надмірністю податкового тягаря. Пряме та непряме оподаткування в сучасних умовах повинно стимулювати економічний розвиток країни, сприяти створенню умов для залучення інвестицій, розвитку приватного бізнесу, сприяти зниженню податкового тягаря, отриманню сталих доходів до Державного бюджету України. Виходячи з вищенаведеного значно зростає актуальність досліджень у галузі оподаткування, оскільки провідна роль у забезпеченні виконання державної функції щодо регулювання економічних процесів належить податкам.

Дослідженню проблем функціонування прямого та непрямого оподаткування присвячено праці низки вчених, серед яких: В. Л. Андрущенко, І. В. Барановська, В.І. Глухова, О. Д. Данилов, Т. І. Єфименко, Захаркіна Л.С., О.В. Зварич, Ю.Б. Іванов, А. І. Крисоватий, В. М. Мельник, О.В. Озерчук, Л.Б. Райнова, А.М. Соколовська, І. Р. Чуй та багато інших авторів.

На сьогодні, зважаючи на складні політичні та економічні умови, питання наповнення Державного бюджету для України постає більш гостро. Питання вдосконалення оподаткування знаходяться в центрі уваги наукової і громадської думки з отримання незалежності України. В пошуках шляхів виходу з економічної кризи, назріла необхідність податково - бюджетного регулювання в Україні замість проведення суто фіскальної податкової політики. Тому, дослідження сучасних тенденцій податкових надходжень до державного бюджету є досить актуальними.

Метою статті виступає дослідження класифікації податків на прямі та непрямі в Україні, проведення аналізу співвідношення прямих і непрямих податків у податковій системі України, аналіз фіскальної ефективності цих податків та пошук ймовірних шляхів збільшення податкових надходжень до бюджету.

Формування сучасної системи оподаткування є важливою складовою частиною процесу розбудови ринкової економіки України та її інтеграції до системи світових господарських зв'язків. Провідна роль у забезпеченні виконання державою функцій щодо регулювання економічних процесів належить податкам. Відповідно до ст. 6 Податкового Кодексу України «податок – це обов'язковий, безумовний платіж до відповідного бюджету, що справляється з платників податку» [1]. В умовах ринкової економіки податки повинні використовуватися не тільки як джерело збільшення бюджету, а й як важливий інструмент регулювання економіки.

Податки в Україні є основним видом державного доходу та виконують дві основні функції – фіскальну та економічну. За допомогою фіскальної функції здійснюється формування бюджетного фонду країни, реалізація економічної функції дає змогу державі

безпосередньо впливати на процес суспільного відтворення в цілому, стимулюючи або стримуючи розвиток тих чи інших галузей народного господарства, посилюючи чи послаблюючи нагромадження капіталу, а також впливаючи на платоспроможний попит населення.

Відповідно до наявної системи оподаткування, всі податки класично поділяються за такими основними ознаками: за об'єктом оподаткування, за місцем зарахування, за рівнем запровадження, за платниками податків (рис. 1).



Рис. 1. Класифікація податків за різними ознаками

Податкові надходження за своїми класифікаційними ознаками поділяються на прямі і непрямі [4, ст. 127]. В основу такої класифікації покладено передусім вид об'єкта оподаткування та характер взаємовідносин між платниками податків і державними фіскальними органами. Прямі податки встановлюються безпосередньо щодо платників і сплачуються за рахунок їхніх доходів і майна. Їх розмір обумовлюється майновим станом платників. До прямих податків належать: податок на прибуток підприємств; податок з доходів фізичних осіб (ПДФО); рентна плата; податок на майно тощо. Непрямі податки встановлюються в цінах товарів і послуг, розмір яких для окремого платника визначається величиною споживання і не залежить від його доходів [5, ст. 122]. За економічною сутністю головними видами непрямих податків є податок на додану вартість (ПДВ), акцизний податок і мито, що становлять важливу частину централізованих грошових фондів і використовуються для здійснення видатків держави.

Значна роль в реалізації політики стабілізації державних фінансів належить непрямим податкам. Якщо при економічному спаді зростає роль непрямих податків, що дає можливість закріпити і стабілізувати базу оподаткування, то при економічному зростанні, навпаки, прямі податки набувають домінуючого фіскального впливу [8, ст. 159]. У сучасних умовах економічного розвитку прямі податки є базисом податкових систем держав з розвиненою ринковою економікою, тому що вони мають значні переваги порівняно з непрямими.

В умовах української економіки пряме оподаткування має переваги перед непрямим лише в контексті соціальної справедливості, але враховуючи той факт, що система оподаткування доходів фізичних осіб та прибутків підприємств в Україні здійснюється за фіксованими ставками, цей принцип також майже не реалізується. Соціальна несправедливість непрямих податків може певною мірою нейтралізуватися державою шляхом вилучення товарів першої необхідності з кола оподатковуваних. Але виникає суперечність: адже швидкість надходження податків, стабільність і рівномірність забезпечуються саме оподаткуванням товарів широкого вжитку. У сучасних умовах вплив непрямих податків на підвищення цін, крім негативності саме цього фактора, достатньо обґрунтовано вважають джерелом розвитку інфляційних тенденцій. Не менш істотним недоліком непрямих податків слід вважати обмежені можливості їх використання для стимулювання виробництва.

На сьогоднішній день існує багато недоліків при оподаткуванні підприємницької діяльності в Україні, що призводить до відтоку підприємств у тіньову сферу, тобто до ведення нелегальної діяльності і повному ухилянню від сплати податків, порушення податкового законодавства і зменшення суми податків, яку необхідно перерахувати до бюджету (виплата більшої частини заробітної плати «у конвертах»).

В Україні переважають непрямі податки, що підтверджує висновок, що в умовах низького рівня доходів фізичних осіб та низького рівня податкової культури неможливо забезпечити переважання у структурі податкової системи прямих податків. Проте прямі податки є вагомим фінансовим регулятором соціально-економічних процесів. Вони є не лише важливим джерелом формування бюджетних ресурсів держави, але й інструментом державного регулювання доходів платників, інвестицій, нагромадження капіталу, ділової активності, сукупного споживання та інших чинників цілісності, стабільності та розвитку суспільства [4, ст. 127]. Варто зазначити, що саме у країнах Європи частка прямого оподаткування значно переважає частку непрямих. Це можна пояснити тим, що розвинуті країни, які мають більший, ніж Україна, досвід регулювання податкових відносин при ринковій економіці, виробили свої моделі побудови системи прямого

оподаткування, спеціальних контролюючих органів, встановили певний інститут відповідальності за порушення вимог податкового законодавства тощо. Динаміка обсягу прямих та непрямих податків у податкових надходженнях Державного бюджету України за 2015-2017 рр. наведена на рисунку 2.

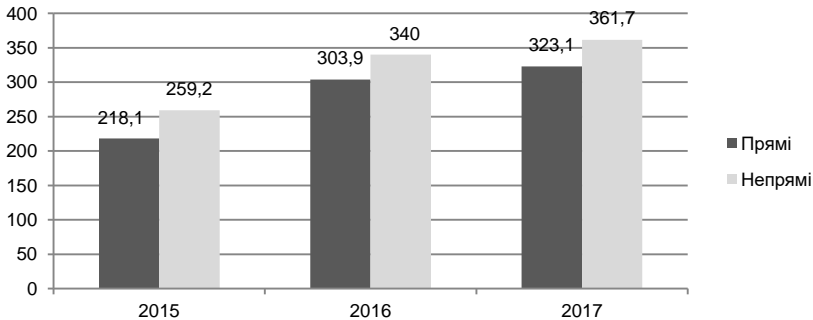


Рис. 2. Динаміка обсягів прямих та непрямих податків у структурі податкових надходжень України за 2015 -2017 рр., млрд. грн.
Дані сформовано автором на основі [9].

Дослідження показало, що найбільший обсяг прямих податків спостерігався у 2013 році, найменший – у 2015 році, в той час як найбільший обсяг непрямих – 361,7 млрд. грн. , найменший – 259,2 млрд. грн. Така динаміка пояснюється тим, що вітчизняна система прямого оподаткування характеризується значним обсягом пільг, досить високим податковим навантаженням, а також недостатнім вітчизняним досвідом, що спричиняє втрату істотного обсягу фінансових ресурсів дохідної частини бюджетів різних рівнів. Така ситуація зумовлює зменшення фіскальної ефективності прямого оподаткування. Непрямі податки, на відміну від прямих ефективніші в фіскальному аспекті, оскільки оподатковують споживання, яке в свою чергу є більш стабільною і негнучкою величиною, ніж прибутки. Від них тяжко ухилитись і досить легко контролювати їх сплату.

Таблиця 1

**Структура податкових надходжень
Зведеного бюджету України в 2013-2017 рр., %**

Роки	Податкові платежі						Інші податко ві платежі
	Прямі податки			Непрямі податки			
	ПДФО	Податок на прибуток	Подато к на майно	ПДВ	Акцизн ий податок	Мито	
2013	20,4	15,5	2,4	39	9	2	16
2014	20,7	10,9	3,3	37	11	3	15

2015	19,7	11	3,15	37	14	3	13
2016	21,3	9,2	3,14	38	15	3	14
2017	22,5	9	3	38	14	7	14

Як і зазначалось раніше, в структурі податкових надходжень України переважають непрямі податки, з яких найбільшу часту становить ПДВ (38%). Проте прямі податки в середньому за 2013–2017 рр. складають 32%, найбільшу частку з яких займає податок з доходів фізичних осіб (ПДФО). Зростання ПДФО відбулось у 2016 році, що пояснюється змінами, згідно Бюджетного кодексу, у відрахуванні цього податку до бюджетів різних рівнів, що в умовах проведення політики децентралізації, на нашу думку, є не доречним, оскільки всі місцеві бюджети тепер повинні спрямовувати частку ПДФО до державного бюджету, а це в умовах обмеженості власних фінансових ресурсів створює загрози невиконання ними своїх повноважень. Податок на прибуток підприємств (ПП) скоротився за аналізований період на 6,5%. Така тенденція змін ПП зумовлена значним зменшенням бази оподаткування через кризові явища в економіці, політичну нестабільність, значним обсягом податкових пільг, ефективність яких залишається низькою. Податок на майно в цілому збільшилася за рахунок збільшення ставок і об'єктів оподаткування.

Попри складні економічні умови, спостерігається збільшення податкових надходжень до державного бюджету майже по всіх податках. Варто зазначити, що причиною такого зростання також є і так званий «інфляційний податок», який в умовах інфляції фактично сплачують економічні суб'єкти. Проте, не зважаючи на збільшення сум податкових надходжень до державного бюджету, податкова система залишається недосконалою. Основними недоліками залишаються: нерівномірність і несправедливість розподілу податкового навантаження; перетворення податкової системи у чинник пригнічення економічного зростання та інвестиційної активності, стимулювання ухилення від сплати податків і відтік капіталів за кордон; проблема подвійного оподаткування; нестабільність податкового законодавства.

З метою усунення цих та інших проблем в оподаткування та посиленні не тільки фіскальної, а й регулюючої функції податків, в Україні проводиться новий етап реформування податкової системи. Так, з 1.01.2017 набув чинності закон щодо покращення інвестиційного клімату в Україні [2], згідно якого передбачається: ліквідація податкової міліції та створення нового органу — Фінансової поліції, діяльність якого регламентуватиметься окремим Законом; адміністрування всіх баз даних Мінфіном або держпідприємством при Мінфіні; запровадження повноцінного електронного кабінету платника податків; ведення відкритого реєстру заяв про розстрочення та

відстрочення грошових зобов'язань або податкового боргу на сайті Державної фіскальної служби.

Отже, провідна роль у забезпеченні виконання державної функції щодо регулювання економічних процесів належить податкам, які справляються до державного бюджету. У Державному бюджеті України податкові надходження займають близько 80%, тобто є найбільшою бюджетоутворюючою ланкою. Проаналізувавши податкові надходження України, здійснені згідно з класифікацією податків на прямі та непрямі, бачимо, що непрямі податки переважають в їх структурі, проте намітилася чітка тенденція щодо зменшення їх частки та незначного збільшення частки прямих. Слід зазначити, що фіскальний потенціал системи прямого оподаткування в Україні є доволі потужним, враховуючи значні втрати бюджету внаслідок пільгового оподаткування з податку на прибуток підприємств і невикористані можливості майнового оподаткування.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України: Закон України №2755-VI, прийнятий Верховною Радою України 02.12.2010 р. // Відомості Верховної Ради (ВВР). — 2011. — №13-17. —ст.112
2. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо покращення інвестиційного клімату в Україні» [Електронний ресурс] // (Відомості Верховної Ради України (ВВР), № 1797–19). – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1797-19/page>
3. Глухова В. І. Податкові пільги як інструмент податкової політики держави / Стратегічні пріоритети в XXI столітті – Київ: СПД-ФО Пшонківський О.В., 2017. – С. 91–93.
4. Захаркіна Л.С. Роль і місце податкових надходжень у структурі зведеного бюджету України / Л.С. Захаркіна // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. — 2016. — № 19. — С. 125–129.
5. Зварич О.В. Податкові надходження: методологія прогнозування: монографія / О.В. Зварич. – К.: КНТЕУ, 2013. – 444 с
6. Озерчук О.В. Фіскальна ефективність непрямих податків в Україні / О.В. Озерчук // Наукові праці НДФІ. — 2014. — № 2 (67). — С. 59—70.
7. Озерчук О.В., Райнова Л.Б. Фіскальна ефективність прямих податків в Україні та фактори, що на неї вплинули / О.В. Озерчук, Л.Б. Райнова // Інвестиції: практика та досвід. — 2014. — № 8. — С. 87—92.
8. Крисоватий А.І. Теоретико-організаційні домінанти та практика реалізації податкової політики в Україні – Тернопіль: Карт-бланш, 2015. – 371 с.
9. Державна казначейська служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.treasury.gov.ua/>.

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Белова Вікторія Олегівна, Котович Ольга Володимирівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Тюлькіна К.О.

Одеська державна академія будівництва та архітектури
Україна

Будівельна галузь є однією з найважливіших галузей національного господарства, від якої залежить ефективність функціонування всієї системи господарювання країни. Економічний ефект від розвитку цієї галузі полягає у мультиплікативному ефекті коштів, вкладених у будівництво [1, с.4].

В свою чергу будівельна галузь забезпечує населення не тільки житлом, а і робочими місцями, інженерними спорудами, а також є і споживачем продукції інших галузей національного господарства, що сприяє розвитку підприємств, які безпосередньо займаються збутом будівельних матеріалів та наданням спеціалізованих будівельних послуг.

Розвиток національної економіки визначається динамікою обсягів ВВП, який формується у всіх її сферах. Тому доцільно розглянути яку частку в загальному обсязі ВВП займає будівельна галузь (табл.1).

Таблиця 1

Обсяги та частка будівельної галузі в ВВП України в 2010-2016 роках [2]

	Валовий внутрішній продукт у фактичних цінах	Обсяг виконаних будівельних робіт	Валова додана вартість будівництва	Частка валової доданої вартості будівництва у ВВП
2010	1079346	42918,1	35366	3,28
2011	1299991	61671,7	39575	3,04
2012	1404669	62937,2	39049	2,78
2013	1465198	58586,2	36902	2,52
2014	1586915	51108,7	36876	2,32
2015	1988544	57515,0	38928	1,96
2016	2385367	73726,9	47457	1,99

З таблиці видно, що порівняно з 2010 роком, у 2016 році всі показники зросли. Виключення складає частка доданої вартості будівництва у ВВП, яка зменшилась з 3,28% до 1,99%. Щодо обсягів виконаних будівельних робіт за видами будівельної діяльності, то

найвищі темпи зростання у 2016 році відносно 2010 року спостерігаються в будівництві житлових споруд (табл.2).

Таблиця 2

Обсяг виконаних будівельних робіт за видами будівельної продукції [1]

	Будівництво, всього	Будівлі	У тому числі		Інженерні споруди
			житлові	нежитлові	
2010	42918,1	19659,1	6876,5	12782,6	23259,0
2011	61671,7	26745,4	8137,1	18608,3	34926,3
2012	62937,2	28104,8	8523,0	19581,8	34832,4
2013	58586,2	28257,3	9953,1	18304,2	30328,9
2014	51108,7	24856,5	11292,4	13564,1	26252,2
2015	57515,0	28907,5	13908,8	14998,7	28607,5
2016	73726,9	38106,4	18012,8	20093,6	35620,5

В 2016 році в будівельній галузі здійснювали свою діяльність 50208 суб'єктів господарювання. При цьому операційна діяльність підприємств будівництва в досліджуваному періоді була збитковою, рівень збитковості складав -0,4%. Фінансовий результат до оподаткування в 2016 році був від'ємним та складав -9342,9 млн.грн. До збиткових відносились 29,2% підприємств даної галузі [2].

Перспективи розвитку будівельної галузі в Україні залишаються практично незмінними, про що свідчить індикатор ділової впевненості в будівництві, який у II 2018 року становив -21,5%. Причому цей показник знизився порівняно з I кварталом 2018 року на 1,9 в.п. (рис. 1) та все ще залишається на негативному рівні. Основними факторами, що стримують будівельну діяльність в залишаються фінансові обмеження та недостатній попит. Також зростає значення фактору «нестача робочої сили».

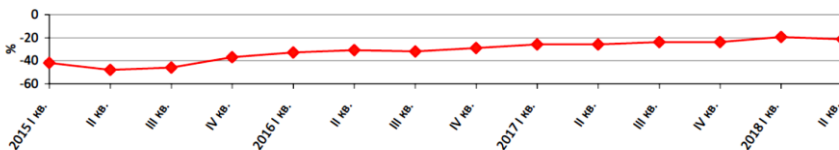


Рис. 1. Індикатор ділової впевненості в будівництві [2]

В 2017 році було введено додаткові інструменти для дерегуляції економіки, що дозволило істотно поліпшити інвестиційний клімат в будівельній галузі. Так вже на початку року Верховна Рада України розглянула законопроект №4733-1 [3], що охоплює більше 80% будівельної галузі України. Фахівці акцентують, що зміни в

законодавстві повинні спростити дозвільну систему, уберегти від обману в будівництві, захистити інтереси інвесторів та зобов'язати забудовників враховувати думку і потреби суспільства.

Головним досягненням 2016 року для всієї України і для будівельної галузі зокрема, стала децентралізація, яка дозволить збільшити місцеві бюджети. Місцеві бюджети, в свою чергу, це бюджети, що націлені на розвиток, тому очікується, що матеріальний ресурс повинен бути використаний на розвиток соціальної сфери, що, в свою чергу, надасть новий поштовх для будівельної сфери України.

Список використаних джерел:

1. Рогожин П. С. Економіка будівельних організацій / П. С. Рогожин, А. Ф. Гойко. – Київ: Видавничий дім «Скарби», 2001. – 449 с.
2. Статистична інформація: Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення містобудівної діяльності: Закон України від 17.01.2017 р. №1817-VIII [Електронний ресурс] // Верховна Рада України: Офіційний сайт. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1817-19>

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Гусак Крістіна Юрївна

Науковий керівник: к.пед.н., доц. Лобачева І.Ф

Київський національний торговельно-економічний університет

Вінницький торговельно-економічний інститут

Україна

В умовах економічної кризи, спаду виробництва та зниження продуктивності праці, проблема оплати праці є однією з найважливіших проблем української економіки, адже саме рівень праці визначає стандарти соціального захисту, сукупний платоспроможний попит і темпи економічних трансформацій. Розмір заробітної плати визначає рівень матеріального добробуту працівників.

Актуальність теми дослідження очевидна й не викликає сумніву, оскільки зумовлена необхідністю наближення рівня продуктивності праці, заробітної плати і доходів найманих працівників до рівня розвинених країн шляхом створення відповідних умов для високопродуктивної трудової діяльності між роботодавцями та державою, і відповідної заробітної плати.

Проблеми сучасного стану заробітної плати досліджували та продовжують досліджувати багато науковців, а саме - В.С. Василенко,

О.С. Ветлужська, А.О. Гордеюк, Ю.М. Іванечко, О.Г Милашко, П.М. Матюшко, О.В Самотоєнкова, Т.В. Сизикова, А.З Підгорний та ін. У своїх працях наукові діячі та фахівці-економісти змістовно розглядають найважливіші проблеми оплати праці в умовах вітчизняної економіки, що склалися на сьогодні. При цьому найбільша увага приділяється саме дослідженню стану заборгованості із заробітної плати.

Заробітна плата є системоутворюючим компонентом механізму функціонування ринку праці, одним з основних факторів, що регулює його розвиток у професійному, галузевому та регіональному аспектах.

Рівень життя всіх працівників, а також їх родин, залежить у першу чергу

Від рівня оплати праці та механізму її виплати. Саме заробітна плата є і повинна бути головною складовою доходів населення, підґрунтям життєдіяльності працівників та їх сімей, а звідси й найбільш потужним стимулом підвищення продуктивності праці. Але саме механізми формування та регулювання заробітної плати серед усіх чинників пострадянської теорії праці розроблені найменше [2, с 182].

Одним з чинників незначної частки заробітної плати в собівартості продукції є низький рівень доданої вартості, створюваної на українських підприємствах.

Загальновідомо, що в Україні рівень оплати праці орієнтується на мінімальну заробітну плату (МЗП), і її рівень у порівнянні з розвинутими країнами заходу вважається одним з найнижчих. Так у Люксембурзі та в Ірландії він становить 1642 та 1462 євро відповідно (найвищий в Європі), в Бельгії -1387, у Нідерландах - 1382, у Франції - 1321, у Великобританії - 1010 євро, а в Україні - 52 євро. У колишніх соціалістичних країнах після приєднання до Євросоюзу рівень виплат у таких країнах, як Польща і Словаччина, швидко зростає, проте абсолютна величина мінімальної зарплати залишається все ж таки надзвичайно низькою. Дослідження низького рівня заробітної плати у значної частки населення дозволяє стверджувати, що Україна разом із Албанією та Молдовою належить до трійки найбідніших країн Європи [3, с 218].

Динаміка розміру середньої заробітної плати по роках наочно демонструє зміну рівня життя, втім, при цьому слід враховувати інфляційні процеси. Абсолютний темп зростання величини середньої зарплати можна розцінювати як успіх за умови, якщо темпи зростання середньої заробітної плати випереджають темпи зростання інфляції. У цьому випадку будемо мати результат явного зростання життєвого рівня громадян.

Згідно зі статистикою, в лютому 2015 року середня зарплата склала 3633 грн, через два роки, в лютому 2017 року цей показник досяг рівня 6840 грн. А у грудні цього самого року середня зарплата вже

становила 8777 грн, що в 2,7 разу більше показника мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 2017 рік. Як свідчать дані Державної служби статистики України, порівняно з листопадом минулого року номінальна зарплата зросла на 17,4%, а у порівнянні грудень до грудня зростання становить 35,5%" (рис.1) [6].

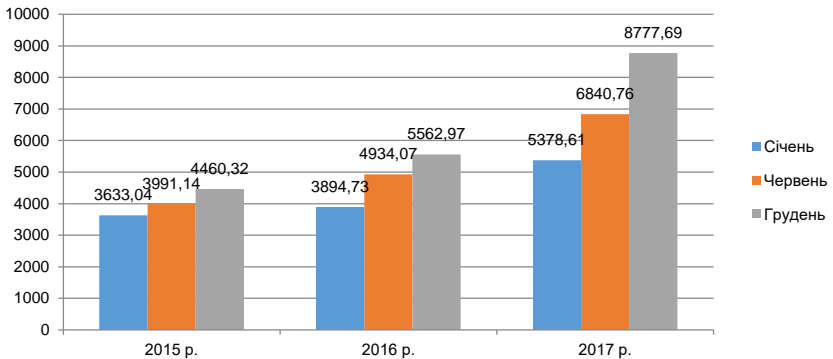


Рис. 1. Середня заробітна плата в Україні за 2015 – 2017 рр.

Аналізуючи дану таблицю можна зробити висновок, середня заробітна плата України з січня місяця 2015 року стабільно збільшується. У 2017 році порівняно з 2015 роком розмір середньої заробітної плати в Україні збільшився на 1745,57 грн, тобто в 2.5 разів. Але це не означає що рівень життя також підвищився, оскільки разом із зростанням заробітної плати зростали і ціни на товари та послуги, інфляція та курс валюти. Тому ці дані не є позитивними для нашої країни.

Проведений статистичний аналіз заробітної плати в Україні за 2016 рік показав, що середня номінальна заробітна плата штатного працівника підприємств, установ та організацій у грудні 2016 року становила 6475 грн., що в 4,5 рази вище рівня мінімальної заробітної плати (1450 грн.), а за останні 12 місяців розмір заробітної плати збільшився на 2113 грн., тобто в 1,5 рази, або на 48,4% [4].

У період з січня по березень 2018 року в галузевому розрізі найбільша середня заробітна плата становила (табл. 1)

Таблиця 1

Середня заробітна плата в Україні по галузевому розрізі, грн.

Професії	Сума заробітної плати, грн.
Авіаційний транспорт	29428 грн
Фінанси, банки, страхування	12528 грн
ІТ і телекомунікації	11440 грн
Управління, оборона	8229 грн

Неоднорідний рівень зарплат і по регіонах країни, з розподілу на сільських і міських жителів, а також за віковим принципом. Якщо говорити про те, як відрізняється середня зарплата по регіонах України за січень – березень 2018 року, то п'ятірку лідерів по найбільшим заробітним платам становлять:

- Київ – 13388 грн.
- Донецька область - 8927 грн.
- Київська - 8399 грн.
- Дніпропетровська - 8387 грн.
- Запорізька - 8336 грн.
- Миколаївська – 7799 грн.

Найнижча заробітна плата:

- Чернівецька - 6424 грн.
- Тернопільська - 6394 грн.
- Чернігівська - 6448 грн.
- Волинська - 6814 грн.
- Кіровоградська - 6654 грн.

Як відомо, з 1 січня 2017 року мінімальна заробітна плата становила 3200 грн. Що вдвічі вище за аналогічний показник 2016 року, а у 2018 році мінімальна заробітна плата становить – 3723 грн. Це підвищення впливає на розмір середньої зарплати в поточному році, оскільки безпосередньо впливає на тарифікацію працівників бюджетної сфери. Другий фактор, який також впливає, - інфляційні процеси, які будуть спостерігатися протягом року [5].

Таким чином, існуючий ринок праці в Україні характеризується низькими показниками, які пояснюються дією внутрішніх та зовнішніх чинників. Різниця в оплаті праці, відповідно у витратах працедавця на робочу силу пов'язана не стільки з величиною підприємства, скільки з його належністю до галузі або виду економічної діяльності. Отже, можна зробити висновок, що політика формування вартості найманої робочої сили в умовах кризи повинна залежати від ефективної політики регулювання ринку праці, а це, в першу чергу, залежить від умов оплати праці.

В економічній ситуації, що склалася на сьогодні в Україні, необхідно переглянути політику регулювання системи оплати праці й особливої уваги приділити посиленню контролюючих функцій держави за процесом формування та розподілу витрат від національного до локального рівнів економіки, що передбачає розробку методології та основ обґрунтованого збільшення витрат на оплату праці в Україні. Підвищення заробітної плати – потужний стимул для всебічного розвитку вітчизняної економіки, завдяки якому можна розраховувати на зростання внутрішнього попиту, піднесення національного виробництва, створення нових робочих місць, загальне

поліпшення життя населення та формування в суспільства відчуття захищеності та впевненості в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Самоєнкова, О. В. Економічна статистика: навчальний посібник / О. В. Самоєнкова, Ю. О. Ольвінська. - Одеса: ОДЕУ, 2015. – 182 с.
2. Підгорний А. З. Статистичні методи в управлінні розвитком регіону : монографія// А. З. Підгорний, О. В. Самоєнкова, О. Г. Милашко та ін. – Одеса : ФОРМ, 2016. – 218 с.
3. Мінімальна заробітна плата в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
4. Середня заробітна плата в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
5. Середня зарплату майже втричі перевищує мінімальну зарплату [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2392376-seredna-zarplata-majze-vtrici-perevisue-minimalnu-derzstat.html>

АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Скрипник Тетяна Володимирівна

Черкаський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи» Україна

Стабільність функціонування аграрних підприємств суттєво впливає на економічну ситуацію в країні шляхом поповнення державного бюджету через сплату податків, зборів, обов'язкових платежів. Це є можливим лише при здійсненні ними ефективної виробничої, фінансової та збутової діяльності.

Ефективне функціонування сучасних аграрних підприємств в умовах невизначеності та нестабільності економіко-політичної ситуації в країні потребує знань та володіння об'єктивною інформацією щодо оточуючого середовища. Масштаби впливу як зовнішнього, так і внутрішнього середовища залежать від специфіки роботи підприємства, його організаційної структури, галузі виробництва, розміру та виду діяльності підприємства [1, с. 103]. Оскільки значна частина аграрних підприємств зорієнтована на експорт вирощеної продукції, значний вплив на формування кінцевого фінансового результату здійснює нестабільність національної валюти [2].

Функціонування аграрних підприємств тісно пов'язане з ризиковістю, тому в економічній теорії і наголошується, що прибуток є платою за ризик [3, с. 172]. В економічних реаліях сьогодення прибуток

є чи не єдиним джерелом фінансування розвитку аграрних підприємств, вдосконалення їх матеріальної та технічної бази.

Фінансовий результат діяльності аграрного підприємства, який може виступати як у формі прибутку, так і у формі збитку, відображає ефективність операційної, фінансової та інвестиційної діяльності суб'єкта господарювання. А також є основним критерієм ефективності фінансової стратегії підприємства. Основна діяльність підприємства спрямовується на те, щоб забезпечити зростання прибутку або принаймні його стабілізацію на певному рівні.

Проведемо поглиблений аналіз фінансових результатів діяльності підприємств України до оподаткування у сільському, лісовому та рибному господарстві у період з 2010 по 2016 роки (табл. 1).

Таблиця 1

Фінансові результати діяльності підприємств України до оподаткування у сільському, лісовому та рибному господарстві з 2010 по 2016 рр., млн. грн. [4]

Період	Фінансовий результат (прибуток або збиток)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
2010	17291,8	69,5	22306,1	30,5	5014,3
2011	25565,9	83,0	30615,2	17,0	5049,3
2012	26992,7	78,3	33906,7	21,7	6914,0
2013	15147,3	79,9	26496,5	20,1	11349,2
2014	21677,4	84,2	52171,0	15,8	30493,6
2015	103137,6	88,5	128880,2	11,5	25742,6
2016	91109,5	87,8	103942,2	12,2	12832,7

Проаналізувавши дані таблиці 1 констатуємо, що впродовж досліджуваного періоду окремі підприємства мали як прибутки, так і збитки. Але загальний тренд – позитивний фінансовий результат. Впродовж аналізованого періоду відбувалися незначні коливання загальної прибутковості протягом 2010-2014 років та про стрімке зростання прибутку у 2015 році (за рахунок суттєвого збільшення врожайності сільськогосподарських культур).

Розглянувши кількість прибуткових та збиткових сільськогосподарських підприємств в Україні в період з 2010 по 2016 р. підкреслимо, що частка підприємств, які отримали прибуток більша,

ніж частка підприємств, які отримали збиток. Також спостерігаємо позитивну тенденцію до зменшення збиткових підприємств.

В останні роки дослідження спостерігається найвищий відсоток прибуткових підприємств (у 2015 році – 88,5%, у 2016 році – 87,8%) від загальної кількості суб'єктів господарювання. У 2016 р. загальний фінансовий результат досліджуваних підприємств був додатним, тобто вони отримали прибуток у сумі 91109,5 млн. грн. Частка підприємств, які отримали збиток складала 12,2% на суму 12832,7 млн. грн.

Поділяємо думку автора [5, с. 82], що стратегічний розвиток аграрних підприємств повинен бути орієнтований на збільшення фінансових результатів виробничо-господарської діяльності за рахунок зростання обсягів виробництва і підвищення якості продукції за оптимальних витрат на її виробництво, що, своєю чергою, забезпечить високий рівень їх ефективності.

Таким чином, на підставі вищенаведеного можна припустити, що основним пріоритетом у системі управління фінансовими результатами аграрних підприємств має стати: планування і прогнозування прибутку підприємства; розробка оптимальної програми виробництва основних видів продукції відповідно до вимог ринку і потреб споживачів з урахуванням внутрішніх можливостей використання наявного ресурсного потенціалу; розробка власної стратегії розвитку з урахуванням досвіду конкретного аграрного підприємства та особливостей його діяльності.

Список використаних джерел:

1. Руденко М.В. Управління підприємствами з урахуванням позицій зацікавлених сторін / М.В. Руденко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2016. – Вип. 29. – С. 103–109.
2. Гаряга Л.О. Нестабільність валютного курсу в Україні / Л.О. Гаряга // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2015. – Вип. 2. – С. 43–50.
3. Руденко М.В. Формування концепції ризик-менеджменту аграрних підприємств / М.В. Руденко // Вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. – 2017. – № 26 (1). – С. 171–175.
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Добрунік Т.П. Особливості управління фінансовими результатами аграрних підприємств / Т.П. Добрунік // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – Вип. 5(1). – С. 76–83.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Покиньборода Альона Олександрівна

Науковий керівник: асист. Коваленко В.В.

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

Україна

У статті досліджено актуальні питання вдосконалення бухгалтерського обліку в державному секторі України в умовах його модернізації та гармонізації у відповідності з міжнародними стандартами. Обґрунтовано основні заходи, необхідні для продовження реалізації реформ в бухгалтерському обліку установ державного сектору економіки та наближення його національних стандартів до міжнародних вимог.

Найбільш дієвим фактором підвищення ефективності діяльності будь-якого підприємства, незалежно від виду діяльності та форми власності, є раціонально організований бухгалтерський облік. Економічні реформи, які відбуваються в Україні, вимагають вдосконалення положень облікової системи. А інтеграція України в сучасну міжнародну економічну систему відкрила перед національною економікою нові можливості розвитку відносин із зарубіжними партнерами та одночасно викликала необхідність реформування існуючої системи бухгалтерського обліку в державному секторі. Бюджетні установи є не тільки виконавцями державних функцій, а й повноправними суб'єктами господарювання як на макро-, так і на мікроекономічному рівнях, що вимагає врахування їх статусу під час вдосконалення облікової політики.

Бухгалтерський облік у бюджетних установах є найголовнішою системою контролю за наявністю та рухом бюджетних і позабюджетних коштів. Особливими об'єктами обліку державного сектору є доходи, видатки і результати виконання кошторису. Останніми роками науковці приділяють значну увагу питанням удосконалення організації та ведення бухгалтерського обліку в бюджетних установах, зосереджуючись на ключовому напрямі – модернізації обліку та звітності через розробку й впровадження в державному секторі національних стандартів на основі міжнародних.

Кількість бюджетних підприємств, установ та організацій в Україні перевищує 100 тисяч. Суб'єкти сфер освіти, науки, спорту, медицини, культури, комунального господарства, органів законодавчої чи виконавчої влади та ін. утримуються за рахунок коштів державного або місцевого бюджетів. Зокрема, дослідженням цього напрямку у своїх

наукових працях приділяють увагу такі провідні науковці як Адамик О.В., Гізатуліна Л.В., Зорій М. Н., Зубілевич С. Я., Дорошенко О.О., Ігнатенко Н. Н., Китайчук Т. Г., Ловінська Л. Г., Марценяк Н.О., Натарова О. В., Сушко Н.І. та інші.

Однак в умовах постійних змін бюджетного законодавства та необхідності приведення обліку в державному секторі до міжнародних стандартів виникає багато не вирішених проблем, які ставлять нові завдання для наукових досліджень у даній сфері.

Метою статті є визначення особливостей та перспектив бухгалтерського обліку в бюджетних організаціях України.

Вітчизняна облікова система в бюджетній сфері не відповідає сучасним світовим вимогам щодо прозорості інформації; в достатній мірі не забезпечує обліково-аналітичною підтримкою процеси прийняття рішень у системі державного управління та місцевого самоврядування; не дозволяє використовувати облікову інформацію для оцінювання ефективності діяльності суб'єктів бюджетної сфери. Значну роль у вирішенні цих питань покликана відіграти модернізація бухгалтерського обліку бюджетних установ та його гармонізація зі світовими стандартами [2, с.65].

Сама ж модернізація являє собою удосконалення, покращення, оновлення об'єкту, приведення його у відповідність до нових вимог та норм, технічних умов, показників якості. Слід також звернути увагу, що значну частину вітчизняного законодавства щодо бухгалтерського обліку бюджетних установ (табл. 1) становлять національні, а не міжнародні стандарти.

Таблиця 1

Основні засади нормативно-правового забезпечення бухгалтерського обліку у бюджетних установах

№ з/п	Нормативний акт	Зміст
1	Бюджетний кодекс України [1]	Визначає засади бюджетної системи України, її структуру, принципи, правові засади функціонування, основи бюджетного процесу і міжбюджетних відносин; відповідальність за порушення бюджетного законодавства.
2	Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» [7]	Визначає принципи регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності. Він поширюється на всіх юридичних осіб, незалежно від їх організаційно-правових форм і форм власності.
3	Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Типового положення про бухгалтерську службу бюджетної установи» [8]	Визначає завдання та функціональні обов'язки бухгалтерської служби бюджетної установи.
4	Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку в державному секторі [6]	Визначають методологічні засади формування у бухгалтерському обліку та розкриття у фінансовій звітності інформації про об'єкт обліку у державному секторі.

Національне законодавство у цій сфері регулювання нестабільне, нормативно-правова база зазнає постійних змін, оскільки в процесі її формування одні нормативно-правові акти приймаються, інші відміняються, або їх положення знаходять своє відображення в інших нормативно-правових актах шляхом дублювання.

Україна знаходиться на шляху до євроінтеграції. Про це свідчить уніфікація національних норм бухгалтерського обліку, їх гармонізація з міжнародними стандартами. Разом з тим в останні роки все ж відбуваються певні позитивні зрушення у зазначеній сфері. З метою удосконалення законодавчого врегулювання за останній період було ухвалено цілу низку нормативно-правових актів. Зокрема, систему Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі [6].

Крім того, розроблено Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів, нематеріальних активів, запасів та облікової політики суб'єктів державного сектору, а також Порядок бухгалтерського обліку окремих активів та зобов'язань бюджетних установ [6]. Але він містить певні упущення та протиріччя, що є перепонами на шляху євроінтеграції. Отже, говорити про цілісну систему бухгалтерського обліку державних та муніципальних підприємств, установ та організацій наразі передчасно.

Законодавче забезпечення цієї сфери, незважаючи на розгалужену систему нормативно-правових актів, потребує подальшого вдосконалення шляхом не кількісного, а якісного розвитку та гармонізації із міжнародними стандартами [3, с. 21].

Одним з недоліків вітчизняного бухгалтерського обліку бюджетних установ, який потребує негайної ліквідації, є протиріччя у трактуванні термінів. У деяких випадках нормативно-законодавча база не містить трактування певної категорії, або розглядає її фрагментарно.

Використання меморіально-ордерної форми бухгалтерського обліку, яка поширена у більшості бюджетних установ є трудомістким. Крім того, вона не враховує специфічні показники функціонування суб'єктів цієї сфери, що змушує складати величезну кількість вибірок, розрахунків та форм звітності на вимогу органів управління й для прийняття обґрунтованих управлінських рішень на рівні суб'єктів.

Складна ситуація щодо дефіциту бюджетного фінансування вимагає надання бюджетним установам більшої самостійності в розробці облікової політики.

Бюджетні установи паралельно використовують різні методи обліку доходів і видатків: касовий та нарахування. Доцільним та актуальним є впровадження у систему бухгалтерського обліку суб'єктів державної та комунальної форм власності методу нарахування, який відображає витрати під час їх фактичного виникнення, а не сплати грошових

коштів. Такий підхід надасть змогу реально та об'єктивно оцінити динаміку витрат окремих суб'єктів господарювання та бюджетів різних рівнів.

Іншою проблемою цієї сфери є розподіл повноважень щодо ведення бухгалтерського обліку активів, зобов'язань, доходів та витрат між суб'єктами. Адже бюджетні установи знаходяться у безпосередньому підпорядкуванні вищих органів, що вимагає врахування їх вимог та ускладнює процес організації обліку. Уваги вимагає методичне забезпечення бухгалтерського обліку коштів державних та недержавних цільових фондів, наприклад, ендавмент-фондів на рівні державних освітніх установ. Система звітності бюджетних установ, яка включає фінансову, податкову, статистичну, управлінську та звітність суб'єктів перед головними розпорядниками бюджетних коштів й органами Державної казначейської служби, має суперечності, дублювання інформації.

Суттєвою проблемою, особливо у сільській місцевості, є запровадження у бюджетних установах автоматизації ведення бухгалтерського обліку та введення електронного документообігу, зокрема, подання електронної звітності. Адже, часткова автоматизація не дозволяє систематизувати дані обліку та відобразити їх синхронно в одній базі даних, а, отже, і приймати оперативні рішення, використовуючи всю сукупність інформації, вивчивши всі фактори, що вплинули на певну ситуацію [8].

Більшість бюджетних установ відносяться до сфери нематеріального виробництва (зазвичай, послуг), отже витрати на оплату праці є основною статтею їх витрат. Організація бухгалтерського обліку витрат на оплату праці та супутніх нарахувань (утримань) у цій сфері вимагає підвищення вимог щодо контролю за дотриманням штатної дисципліни й використанням фонду заробітної плати, обліку робочого часу працівників та його раціонального використання, тощо [4, с. 107].

Вдосконалення шляхом уніфікації вимагає організація фінансово-бухгалтерських служб бюджетних установ й програмне забезпечення ведення обліку та складання звітності. Уніфіковані підходи, єдині бази даних та інформаційні системи нададуть можливість обміну інформацією між суб'єктами державного сектору, Міністерством фінансів та профільними міністерствами України, Державним казначейством. Особливої уваги при цьому вимагає спеціалізована профільна підготовка та перепідготовка кадрів фінансово-бухгалтерських служб саме у державному секторі.

Отже, основними напрямками реалізації модернізації та гармонізації можна вважати:

- 1) вдосконалення системи бухгалтерського обліку;

- 2) розробка та запровадження національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку та плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, гармонізованого з бюджетною класифікацією;
- 3) удосконалення системи фінансової звітності та звітності про виконання бюджетів;
- 4) розробка та впровадження нових форм фінансової звітності та звітності про виконання бюджетів;
- 5) вдосконалення методів складання та консолідації фінансової звітності та звітності про виконання бюджетів із використанням сучасних інформаційних технологій;
- 6) створення уніфікованої організаційної та інформаційної облікової системи (модернізація фінансово-бухгалтерських служб, забезпечення казначейського обслуговування всіх суб'єктів державного сектора);
- 7) адаптація бюджетної системи, створеної на основі програмно-цільового методу, до нових методологічних принципів системи бухгалтерського обліку;
- 8) посилення контролю з боку органів державного казначейства за дотриманням єдиних правил ведення бухгалтерського обліку та складання звітності, вдосконалення системи підготовки та перепідготовки кадрів фінансово-бухгалтерських служб;
- 9) уніфікація програмного забезпечення, що використовується суб'єктами державного сектора, з метою забезпечення обміну інформацією між Мінфіном, органами державного казначейства і іншими суб'єктами державного сектора із використанням баз даних та інформаційних систем [5, с. 100].

Можна зробити висновок про те, що розвиток процесів економічної інтеграції України, створення вільних економічних зон, міжнародних об'єднань і спільних підприємств викликало необхідність модернізації та гармонізації бухгалтерського обліку в бюджетних установах відповідно до вимог міжнародних стандартів.

У останні роки ведеться активна робота щодо врегулювання системи бухгалтерського обліку державного сектору, а відповідне законодавство наближається до стабілізації. Основною особливістю одного з найважливіших галузевих бухгалтерських обліків в Україні – обліку бюджетних установ є його достатньо жорстка регламентація великою кількістю нормативно-правових актів. Законодавчо-методологічне та методичне забезпечення бухгалтерського обліку у бюджетній сфері потребує подальшого вдосконалення шляхом не кількісного, а якісного розвитку та гармонізації із міжнародними стандартами. Крім того, вагомими результатами у реформуванні національних підходів бухгалтерського обліку державних та

комунальних підприємств, установ та організацій може мати безпосередня співпраця з Міжнародною Федерацією бухгалтерів та Радою з міжнародних стандартів фінансової звітності.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України від 8 липня 2010 року № 2456-VI [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
2. Зубілевич С. Я. Нові стандарти бухгалтерського обліку у державному секторі України: проблеми запровадження / С. Я. Зубілевич, Н. М. Позняковська // Вісник НУВГП. Економіка : зб. наук. праць. – Рівне : НУВГП, 2016. – Вип. 2(74). – С. 61–72.
3. Игнатенко Н. Н. Развитие системы бухгалтерского учета и отчетности в бюджетных организациях в соответствии с международными стандартами / Н. Н. Игнатенко // Економіка та держава. – Київ, 2017. – № 4. – С. 21–23.
4. Китайчук Т. Г. Модернізація бухгалтерського обліку в державному секторі: проблеми перехідного періоду / Т. Г. Китайчук // Вісник Економіка. Фінанси. Менеджмент актуальні питання науки і практики. — 2017. – Випуск 7 (23). – С. 106–117.
5. Ловінська Л. Г. Класифікація рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі за економічним змістом у контексті запровадження нового плану рахунків / Л. Г. Ловінська // Фінанси України. – 2016. – № 1. – С. 99–115.
6. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку в державному секторі [Електронний ресурс] / Сайт Бухгалтер.com.ua. Для працівників бюджетної сфери. – Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/natsstandarti-buhobliku-v-derzhavnomu-sektori/>
7. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996–XIV. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>.
8. Про затвердження Типового положення про бухгалтерську службу бюджетної установи: Постанова Кабінету Міністрів України від 26.01.2011 р. № 59 [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Кабінету міністрів України. – Режим доступу: www.kmu.gov.ua.

ВЗАЄМОДІЯ ДЕРЖАВИ ТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРУ У ВІТЧИЗНЯНИХ УМОВАХ

Маркович Ірина Богданівна

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Україна*

Межа між внутрішнім та зовнішнім середовищем функціонування підприємства є доволі умовною, адже воно не може вважатися автономною одиницею економіки, яка є абсолютно самостійною у прийнятті рішень та формуванні сфери свого функціонування.

Важливим елементом ринкового середовища, яке в значній мірі впливає на функціонування підприємств, є законодавче забезпечення. Інституційна інфраструктура формується законодавчою діяльністю держави у сфері фіскального регулювання, порядку видачі дозволів та ліцензій на окремі види діяльності, порядком реєстрації та ліквідації бізнесу і т.д. Саме якість інфраструктурного забезпечення визначає базові можливості підприємств досягти економічного успіху на ринках.

Очевидно, що в Україні державні та ринкові інститути визначаються підприємцями як основна проблема розвитку, натомість внутрішнє середовище організацій та його готовність до переходу на сучасні технології управління отримують позитивні оцінки [1].

Таким чином, розуміння необхідності трансформації діяльності компаній у підприємців, безумовно, є, що підтверджується акумуляцією сил, спрямованих на адаптацію внутрішнього середовища підприємства до умов жорсткої конкуренції та формування сильних брендів та іміджевих позицій. Важливо, щоб цей потенціал зміг бути реалізованим за підтримки держави.

Список використаних джерел:

1. Institute of freedoms and possibilities of entrepreneurship in Ukraine at the end of 2016: business has nothing to celebrate [E-resource]: [Web-site]. – E-data. – Access mode: <http://ibf.com.ua/> (application date 05.03.2017) – Title from screen.
2. Svensson G. Glocalization of business activities: a "glocal strategy" approach / G. Svensson, Management Decision, 2001, 39 (1), pp. 6-18

ВПЛИВ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЙ НА РИНОК ОНЛАЙН-РІТЕЙЛУ

Жаворонкова Марія Олександрівна, Шевченко Ірина Валеріївна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Гаряга Л.О.

Черкаський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»

Україна

Зростання темпів цифровізації та інформатизації світового суспільства, а також цифрова трансформація багатьох секторів промисловості, бізнесу та навіть деяких сфер життєдіяльності (медицина, освіта тощо), процес переходу провідних економік світу до цифрової економіки зумовили появу і стрімкий розвиток технологій, призначених допомогти автоматизувати та оптимізувати здійснювані їх учасниками операції, впровадження досягнень і методів, що покликані створити необхідну інфраструктуру, так зване «сприятливе віртуальне середовище», тобто умови для максимально зручного ведення користувачами різноманітних цифрових засобів своєї діяльності. Одним з найпотужніших інструментів серед цифрових платформ, що сприяють масштабному розвитку «мережевої економіки», є блокчейн-технології.

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується великим обсягом накопичених знань навіть у досить вузьких тематичних областях. Галузь цифрової економіки не є виключенням, де роль знань та технологій набуває все більшого значення, трансформуючи їх в окремий самостійний і досить важливий ресурс поступово витісняючи матеріальні, фінансові та управлінські ресурси на другорядні позиції [1, с. 39].

Відкритість національних економік та їх втягнення до глобальних економічних процесів є невід'ємним атрибутом сучасного розвитку країн [2, с. 38]. Нині в усьому світі спостерігається тенденція до зменшення частки традиційної і зростання частки цифрової економіки, що несе могутні переваги для країн і бізнесу. За даними Всесвітнього економічного форуму, частка «інтернет-економіки» в світі перевищила 20% і продовжує стрімко зростати. Безумовно, традиційна економічна модель зі своїми недоліками та перевагами починає поступатися місцем більш досконалії цифровій економіці, яка включає в себе такі компоненти [3, с. 189]: розвиток та підтримка інфраструктури (апаратне та програмне забезпечення, телекомунікаційні системи та мережі); електронний бізнес (автоматизація та комп'ютеризація бізнес-процесів, використання мережевих технологій); електронна комерція (он-лайн торгівля, он-лайн транзакції купівлі-продажу).

Сконцентруємо дослідження на існуючих проблемах найрозвиненішої складової цифрової економіки – електронної комерції, а саме, такого її напрямку як он-лайн рітейл. Протягом 2017 року в роздрібній торгівлі усього світу стався швидкий перехід до цифрових каналів. Amazon та Alibaba продовжували задавати темп і подавати ринку приклад, купуючи роздрібні мережі та впроваджуючи нові технології [4].

Сьогодні рітейл рухається в сторону максимального зниження впливу людського фактору з боку менеджменту Інтернет-магазинів на процес здійснення купівлі, автоматизувати і спростити всі пов'язані з цим роботи. Електронна торгівля стає все більш винахідливою, креативною і еластичною. Однак, незважаючи на загальну позитивну ситуацію, стрімкий розвиток ринку та стабільний щорічний приріст продажів, в галузі мають місце певні недоліки, зокрема:

- високий відсоток витрат з утримання та обслуговування персоналу;

- постійна втрата існуючих і складності в пошуку нових каналів збуту;

- присутність фізичного втручання на всіх етапах виробництва і реалізації;

- постійні витрати на боротьбу з помилками.

Саме на ліквідацію негативного впливу вищезазначених явищ спрямовано запуск ICO «VinCoin» компанією «IT Blockchain Development LLP». Компанію «IT Blockchain Development LLP» було створено в 2017 році з метою розробки та впровадження блокчейн-технологій в різні галузі економіки, пріоритетною серед яких, відповідно, є електронна торгівля. В даний час компанія працює над проектом по впровадженню блокчейн-технології в систему роботи найбільших он-лайн рітейлерів, таких як: taobao.com, amazon, rakuten.com, target.com, walmart.com, aliexpress.com, cultism.com, paytmall.com, tinydeal.com, а також адаптації криптовалюти VinCoin в систему розрахунку на торгових майданчиках. Компанія провела попередні узгодження з вищим менеджментом он-лайн рітейлерів з метою впровадження розробок в систему роботи, здійснила попередній техніко-економічний аналіз і прогнозне моделювання, таким чином, зараз знаходячись на стадії завершення робочого проекту [5].

Основна розробка полягає в переході ринку електронної торгівлі на нове програмне забезпечення, засноване на технології блокчейну, та складається з трьох етапів (блоків), що поступово впроваджуватимуться в існуючу модель роботи он-лайн рітейлу (за приклад взято структуру компанії «Амазон» – найбільш складно-структурованої і різнопрофільної з усіх компаній досліджуваної галузі).

Етап 1. Впровадження в Центральне сховище. Сховище розподілено на три секції: 1) запити; 2) історичні дані (найбільшу частину простору займає секція з історією кліків, на неї йде до 50% місця в сховищі); 3) ETL (extract, transform and load – для запиту інформації від одного джерела і її інтеграції в інший).

Етап 2. Впровадження в Amazon Web Services (AWS) – 70 різних сервісів, що займаються обчисленнями, обробкою, аналізом і управлінням інформації.

Етап 3. Впровадження в сервіси: FBA сервіс; процес упаковки; управління роботами; служба доставки Amazon Seller Flex; офф-лайн магазини Amazon Go.

Вважаємо, що впровадження ICO «VinCoin» дозволить галузі он-лайн ритейлу: по-перше, програмному забезпеченню компаній генерувати звіти в реальному часі (існуючим мережам потрібно як мінімум декілька годин, щоб зібрати всі дані). Таким чином, он-лайн ритейл зможе швидко реагувати на робочі процеси і вносити відповідні зміни; по-друге, скорочення «зайвого» персоналу; по-третє, скоротити час робочих процесів на 30-45%; по-четверте, здійснити економію видаткового бюджету на 30-50%.

Отже, ми переконані, що майбутнє за інноваційними технологіями, саме тому ними створюються цифрові рішення, які допоможуть он-лайн ритейлу об'єднати канали продажів, налагодити їх взаємодію та підвищити рівень обслуговування. Прийшов час для потужного прориву та фундаментальної зміни ландшафту усієї індустрії. Саме це й має намір зробити компанія «IT Blockchain Development LLP» за допомогою блокчейн-технологій.

Список використаних джерел:

1. Руденко М.В. Інфляція знань у концепції сучасного підприємства / М.В. Руденко, В.О. Криворучко // Інвестиції досвід та практика. – 2017. – № 17. – С. 39-43 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/17_2017/9.pdf.
2. Колодій С.Ю. Розвиток економіки України: «ресурсне прокляття» по-українськи чи наслідок постсоціалістичної трансформації / С.Ю. Колодій, Л.О. Гаряга, М.В. Руденко // Економічний часопис XXI. – 2015. – № 7-8(1) – С. 36-39 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2015_7-8%281%29_10.
3. Кіт Л.З. Еволюція мережевої економіки / Л.З. Кіт // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 3. – Т. 2. – С. 187-190.
4. Головне за 2017-й — світовий ритейл та e-commerce. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nachasi.com/2017/12/28/2017-svitovyyj-ritejl/>.
5. ICO VinCoin [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vincoin.pro/ru/main>.

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО ДЕРЖАВНОГО БОРГУ НА ЕКОНОМІЧНИЙ СТАН КРАЇНИ

Сидоренко Тетяна Олександрівна

Науковий керівник: ст. викл. Чернявська Л.В.

Черкаський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»
Україна

На сьогодні, і розвиненим країнам, і країнам, що розвиваються, властива тенденція до постійного збільшення суми зовнішнього державного боргу. Звичайно майже кожна країна світу зіштовхувалася з необхідністю брати зовнішню позику, але, на жаль, не для всіх країн цей процес завершувався позитивними наслідками. Сучасний стан зовнішнього боргу України на сьогодні виступає одним з найактуальніших питань, що зумовлено надзвичайним обсягом зовнішнього боргу. Безконтрольне використання зовнішніх займів несе за собою цілий ряд негативних наслідків, зокрема, поглиблення економічної кризи, втрата довіри кредиторів, зниження інвестиційної привабливості, посилення впливу МВФ на економіку держави, перекадення «боргового тягаря» на майбутні покоління.

З урахуванням вищезазначеного дослідження проблем управління зовнішнім боргом є досить актуальним на сучасному етапі розвитку України.

Валовий зовнішній борг станом на певну дату – це загальний обсяг заборгованості станом на певну дату за всіма наявними зобов'язаннями резидентів перед нерезидентами, що вимагають сплати основної суми та/або відсотків у будь-який час у майбутньому [1]. Так, за даними НБУ, обсяг валового зовнішнього боргу України у 2017 році зріс на 2.9 млрд. дол. США і на кінець 2017 року становив 116.6 млрд дол. США (рис. 1).



Рис. 1. Показники зовнішнього боргу України, 2012-2017 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [2]

За даними, які наведені вище, бачимо що, у 2017 році кожен українець винен 2744 дол. США. У 2013 році ця сума становила 3123,5 дол. США.

Валютна структура зовнішнього боргу не мала суттєвих змін, оскільки основна частка (71,4%) припадає на позики, отримані в дол. США, 12,7% становлять зобов'язання в SDR (спеціальні права запозичень) і 12% – в євро.

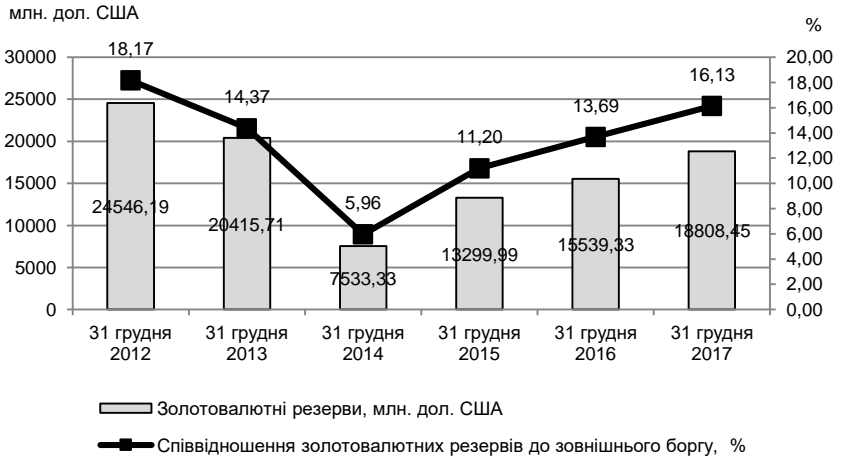


Рис. 2. Показники зовнішнього боргу України, 2012-2017 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [3]

Співвідношення зовнішнього боргу України та золотовалютних резервів не демонструє стабільності. Зовнішній борг в останні роки випереджає валютні резерви України, і станом на 31.12.2017 він перекиривався ними лише на 16,13% (рис. 2). Зазначимо що, протягом трьох років Україна повинна сплатити близько 13 млрд. дол. США за зовнішнім боргом, половина з яких припадає на 2019 рік – рік президентських та парламентських виборів. Тож золотовалютні резерви держави необхідно нарощувати далі, а не витратити.

Виплати за зовнішнім боргом у 2018 році сягнули 36,8%, або 112,56 млрд грн. На погашення зовнішнього державного боргу піде 50,86 млрд грн [4].

Підсумовуючи зазначимо, що безконтрольне використання боргових зобов'язань, особливо у вигляді зовнішніх фінансових потоків дуже небезпечно. Адже виникає ризик гіперінфляції, який погіршує загальний економічний стан та інвестиційну привабливість країни, що перешкоджає економічному зростанню України.

На жаль, джерелом надходження коштів для виконання боргових зобов'язань значною мірою є нові кредити, які не направлені в реальний сектор економіки значно знижують фінансовий стан держави. До того ж, здебільше кредиторами України є США та МВФ, що в свою чергу, значно збільшує залежність економіки України від іноземних інвесторів.

Тому головними засадами управління зовнішнім боргом мають бути:

- зменшення витрат та ризиків, які пов'язані з боргом;
- зміна структури боргу;
- розвиток внутрішнього ринку державних запозичень.

Ефективне управління зовнішнім боргом є одним із головних факторів забезпечення стабільності в державі. Від методів регулювання боргових тягарів залежить бюджетна дієздатність країни, стан її золотовалютних резервів, стабільність національної валюти, рівень відсоткових ставок, інвестиційна привабливість країни. Лише ефективне управління зовнішнім боргом є запорукою підвищення конкурентоспроможності економіки, інвестиційного клімату, фінансової стабільності та кредитного рейтингу держави.

Список використаних джерел:

1. Статистика валового зовнішнього боргу України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=41210928>
2. Валовий зовнішній борг / Minfin [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/foreigndebt/>
3. Золотовалютні резерви України. / Minfin [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/finance/assets/>
4. Мінфін України планує в 2018 році позичити на зовнішньому ринку 46,6% із 232 млрд. грн.. держпозик / Interfax-Україна інформаційне агентство [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/481920.html>

ВПЛИВ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ

Пшенична Анастасія Олександрівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Гордієнко В.О.

*Університет митної справи та фінансів
Україна*

Стратегічною метою державної структурно-інноваційної політики є створення сучасного, інтегрованого у світове виробництво і здатного до саморозвитку промислового комплексу України. Галузева структура промислового виробництва повинна наблизитися до пропорцій, які мають економічно розвинені країни та країни з перехідною економікою,

що досягли економічного зростання в результаті реалізації активної промислово- інвестиційної політики [1]. Обсяги наданих економіці країни прямих іноземних інвестицій мають забезпечувати фінансування обігових коштів підприємств в необхідних для їх нормального функціонування розмірах, а також довгострокове інвестування в народне господарство, яке забезпечує структурні перетворення промисловості і на їх основі економічне зростання [2]. Динаміку прямих іноземних інвестицій можливо прослідкувати на рис. 1 [3].

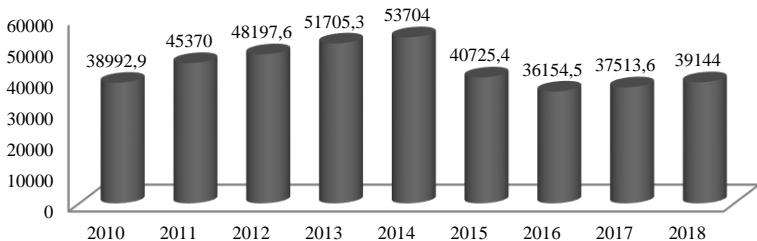


Рис. 1. Динаміка прямих іноземних інвестицій (млн дол. США) на 01.01 2010-2018 роки

Таблиця 1

Структура та зміни прямих іноземних інвестицій в галузях економіки України на 01.01 2010-2018 роки (млн дол. США)

на 01.01	Усього	Сільське, лісове та рибн. господ.	Промисловість	Будівництво	Оптова та роздрібна торгівля.	Фінансова та страхова діяльність	Операції з нерух. майн.	Освіта	Охорона здоров'я та соц. допом.
2010	38 992,9	669,2	16 473,7	1 082,2	4 341,1	8 973,2	2 371,3	25,9	49,8
2011	45 370,0	719,5	18 693,8	1 111,2	4 681,1	11 498,3	3 045,6	7,6	50,7
2012	48 197,6	725,3	17 303,8	1 176,8	5 346,1	12 908,1	3 508,9	6,7	50,4
2013	51 705,3	717,8	18 031,1	1 408,5	6 070,6	13 094,9	3 878,3	9,1	59,3
2014	53 704,0	776,9	17 681,4	1 580,0	6 807,8	12 261,4	4 768,3	12,0	59,9
2015	40 725,4	617,0	12 419,4	1 301,9	6 037,6	8 790,3	3 979,4	10,7	50,7
2016	36 154,5	502,2	9 893,6	1 104,1	5 247,4	8 382,0	3 882,1	16,0	44,0
2017	37 513,6	586,2	9 667,6	1 043,3	5 106,5	9 910,7	3 764,4	21,8	44,5
2018	39 144,0	621,9	10 685,6	1 052,1	5 140,8	10 213,3	3 790,6	21,7	46,2
Індекс	1,0	0,9	0,6	1,0	1,2	1,1	1,6	0,8	0,9
Стандартне відхилення	151,1	-47,3	-5 788,1	-30,1	799,7	1 240,1	1 419,3	-4,2	-3,6

З 01.01.2010 по 01.01.2014 спостерігався зріст прямих іноземних інвестицій, за цей період вони зросли приблизно на 38%. Потім у 2015 році було падіння на 27%, що пояснюється наслідками політичної та економічної кризи на Україні. Неefективна економічна політика з її антисоціальними та антипідприємницькими новаціями, ставить країну в невідгідне становище. Дослідимо динаміку структури та індекс зміни

прямих іноземних інвестицій у галузях економіки у таблиці 1 (розрахунки проведено авторами на основі [3]).

Збільшення прямих іноземних інвестицій за період дослідження було в галузях нематеріального виробництва, як: «Оптова та роздрібна торгівля» (на 18,4%), «Фінансова та страхова діяльність» (на 13,8%), «Операції з нерух. майн.» (на 59,9%). В галузях, які забезпечують соціально-економічний розвиток держави спостерігалось зменшення прямих іноземних інвестицій за період дослідження: «Промисловість» (на 35,1%), «Освіта» (на 16,2%), «Охорона здоров'я та соціальна допомога» (на 7,2%), «Сільське, лісове та рибн. господ.» (на 7,1%), «Будівництво» (на 2,8%). Аналізуючи наведену в таблиці 1 інформацію, можна зробити такі висновки:

- проблему для економіки України складають не тільки малі обсяги прямих іноземних інвестицій, але й їхня галузева структура;
- глибокі диспропорції існують у розподілі інвестицій за галузям.

Висновки. Збільшення інвестиційної складової економіки – передусім, валового нагромадження основного капіталу – для переведення економіки в режим модернізації. Інвестиції повинні використовуватися на започаткування або розгортання виробництва. Наша промисловість нікому не потрібна крім нас. Тому шлях, що базується на залученні іноземними інвестицій, порочний.

Для України потрібні прямі іноземні інвестиції в реальний сектор економіки (у т.ч. через спрямування їх у малий бізнес, нові та наукомісткі виробництва). Їхньою метою має бути створення нових робочих місць, впровадження новітніх технологій, збільшення експорту, імпортозаміщення, створення сучасної інфраструктури. Коштів, що були вкладені у освіту і охорону здоров'я та соціальну допомогу, явно замало, щоб вони вплинули на ВВП держави. Окрім того, з досвіду країн – світових лідерів (так званого золотого мільярду) такі вкладання коштів ефективні, але мають тривалий часовий лаг для отримання прибутку.

Список використаних джерел:

1. Гордієнко В.О. Проблеми структурної перебудови економіки України : монографія / В.О. Гордієнко. – Дніпропетровськ : Дніпропетр. держ. фін. акад., 2012. – 200 с.
2. Гордієнко В.О. Вплив прямих іноземних інвестицій на економічний розвиток України/ В.О. Гордієнко, Р.В Шаранов // Глобальні та національні проблеми економіки: Електронне наукове видання Миколаївського націон.університету ім. Сухомилінського-Миколаїв, 2016.- Вип. 10.-С.154-158
3. Сайт Державної служби статистики. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ВИРОБНИЦТВА ЦУКРУ В УКРАЇНІ

Машлій Галина Богданівна

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Україна*

Виробництво та реалізація промислової продукції є одними з найважливіших показників, що характеризують економічний потенціал будь-якої держави. Проведемо дослідження тенденцій виробництва цукру в Україні за 2017 р. Загалом у нашій державі у минулому році було виготовлено 1979,558 тис. т білого кристалічного цукру з бурякової сировини. Порівняно з попереднім роком обсяги виробництва даного продукту зросли незначно – на 0,5%. Слід відмітити, що Державна служба статистики України наводить дані щодо виробництва цукру лише по чотирьох областях України. З них найбільша кількість даної продукції була вироблена Вінницькою областю – 428,017 тис. т, або 21,6% від загального обсягу в нашій країні. Другу позицію за масштабами виробництва бурякового цукру посідала Тернопільська область (283,036 тис. т., або 14,3%), третю – Хмельницька (262,541 тис. т, або 13,3%), а четверту - Київська – (147,165 тис. т, або 7,4%). Що стосується динаміки обсягів виготовлення солодкого продукту, то найбільші темпи їх зростання порівняно з 2016 р. простежувалися у Тернопільській області, а саме 48,4%. Хмельницька область змогла досягнути приросту виробництва цукру на 14,9%. У той же час Київська область за результатами 2017 р. знизила обсяги виробництва цукру білого кристалічного на 16,6%, а Вінницька – на 0,5%. Зазначимо, що подальший розвиток цукрової галузі можливий лише за умови забезпечення економічних стимулів для вирощування сировини та виготовлення готової продукції, зокрема, формування прийнятної цінової ситуації на ринку.

Список використаних джерел:

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

ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ В УКРАЇНІ

викладач спецдисциплін Дикун Віталій Васильович
викладач спецдисциплін Блідченко Наталія Миколаївна
Немирівський коледж будівництва та архітектури ВНАУ
Україна

У наш час людство переживає надзвичайно важливий, критичний період своєї історії – період небаченого досі, загрозливого для існування цивілізації зростання низки негативних факторів: деградації природи, деградації людської моралі, зростання бідності, поширення хвороб, голоду, злочинності, агресивності, зростання до критичного рівня конфлікту між техносферою і біосферою.[1]

Занепокоєні ситуацією, що склалася на планеті в останні десятиліття, провідні вчені, мислителі й політичні діячі більшості країн світу докладають величезних зусиль у пошуках виходу з цього кризового стану. Велика увага приділяється вивченню причин, динаміки й особливостей розвитку більшості із згаданих негативних факторів, встановленню складних взаємозв'язків між ними, моделюванню численних сценаріїв різних природних і антропогенних процесів, складанню прогнозів й розробленню рекомендацій щодо подальшого стабільного розвитку суспільства й біосфери в цілому. Все детальніше досліджуються особливості функціонування екосистем усіх рівнів, виявляються нові закономірності у взаємовідносинах людини і довкілля, приймаються нові міжнародні угоди щодо охорони природи.

Україна, належить до країн з високим рівнем негативних екологічних наслідків виробничої діяльності, у зв'язку з чим проблема охорони навколишнього середовища і раціонального використання природних ресурсів набуває першорядного значення. Проблема охорони навколишнього середовища зумовлена історичними та екологічними факторами розвитку економіки. Ще не так давно ми раділи новим здобуткам індустріалізації. Густих чорний дим над заводськими трубами або повалені бульдозером дерева під новий будівельний майданчик сприймалися як символи технічного прогресу, а перші хімічні та металургійні промислові гіганти викликали ейфорію. Прозріння наступило в останні 25 – 30 років. І тепер фабричний дим – це вже забруднювач атмосфери, шкідливі токсичні викиди продукції хімічної промисловості становлять глобальну проблему, яка потребує негайного вирішення. Найбільш гостро постали екологічні проблеми у високо урбанізованих районах з розвинутою важкою промисловістю, де негативний вплив діяльності людини на навколишнє середовище став значним, а в багатьох випадках це забруднення повітря. Саме до таких територій належить значна частина України, про що і свідчать різні забарвлення на відповідних слайдах. Основними

забруднювачами атмосфери є промислові підприємства: шкідливі викиди вбивають три мільйони людей на рік. Повітря забруднюють практично всі види сучасного транспорту, кількість якого постійно збільшується у всьому світі. Майже всі складові вихлопних газів автомобілів шкідливі для людського організму, а оксиди азоту до того ж беруть активну участь у створенні фотохімічного смогу. Одна вантажівка або один легковик викидає в повітря відповідно 6 м³ чадного газу СО. Забруднюється повітря і пилом гуми з покришок автомобілів і літаків (один автомобіль утворює близько 10 кг гумового пилу). В промислово розвинутих країнах основним джерелом забруднення атмосфери є автотранспорт, парк якого безупинно росте. Якщо в 1900 р. на планеті нараховувалося біля 6 тис. автомобілів, то до 2000 р. чисельність світового парку автомашин досягла 500 млн. одиниць, а в даний час, ще на 1/3 добавилось.

Основними забруднювачами води є: аналіз ситуації показав, що малі річки України забруднені більше, ніж великі. Це пояснюється не тільки їхньою малою водністю, але й недостатньою охороною. Найбільш забруднені Південний Буг, річки Донецької та Луганської областей, Чорноморського узбережжя півдня України. Щороку до водоймищ України потрапляє 5 млн. тонн солей і значна частина стоків від тваринницьких комплексів. Майже половина мінеральних добрив і отрутохімікатів змивається з полів у ріки. Рівень очищення води надзвичайно низький. Існуючі очисні споруди навіть при біологічному очищенні вилучають лише 10 – 40 % неорганічних речовин (40% азоту, 30% фосфору 20% калію) і практично не вилучають солі важких металів. Деградація, висихання малих річок невідворотно призведе до деградації великих рік, тому проблема їхнього збереження й оздоровлення є однією з найгостріших для нашої молоді держави.

Особливо актуальною проблемою України є охорона водних ресурсів. У розрахунку на одного жителя припадає 1000 м³ води місцевого стоку на рік, але забезпечення неоднакове в різних частинах країни. Так, у Західній економічній зоні воно у 7 раз вище, ніж у Південній, та у 3 рази вище, ніж у Східній. З урахуванням транзитного стоку (Дунай, Дніпро, Сіверський Донець) середнє забезпечення водою становить 3500 м³ на одного жителя. Забезпечення населення і промисловості прісною водою здійснюється в основному завдяки забору води з річок, яких близько 73 тис. [2]

Не краща ситуація із ґрунтовим покривом. Непродумані методи інтенсифікації сільського господарства ведуть до забруднення земель та порушення екологічної рівноваги в природі. З великого переліку хімічних речовин, що забруднюють сільськогосподарські угіддя, особливо небезпечними токсикантами є арсен, кадмій, ртуть, свинець, цинк, селен, фтор, нітрати та інші сполуки та елементи, що мають мутагенні, канцерогенні та ембріотоксичні властивості. В ґрунті можуть накопичуватися радіоактивні речовини. Забруднювачами також є отрути, патогенні мікроорганізми, інвазії глистів, що потрапляють до

ґрунту з господарсько – побутовими стоками. Локальне забруднення ґрунтів можливе при проведенні геологорозвідувальних робіт, коли забруднювачами є нафта, нафтопродукти, газові викиди. Істотне джерело забруднення ґрунтів – хімічні засоби захисту рослин, меліоранти і мінеральні добрива, що містять важкі метали та інші токсичні речовини. Найнебезпечнішими для ґрунтового покриву є стічні води хімічної промисловості, що містять: цинк, хром, ртутні сполуки, свинець, фтор, формальдегіди, метанол, бутан, меланін, та інші речовини. Стоки коксохімічних заводів містять феноли, роданіди, різні масла. Для шахтних і кар’єрних вод характерний високий вміст суспендованих речовин та мікроелементів. Стоки підприємств харчової промисловості містять біогенні речовини. Міські стоки, а також стічні води тваринницьких комплексів і птахофабрик нерідко забруднені яйцями гельмінтів, кишковою паличкою та іншими збудниками інфекційних захворювань.

Боротьба із забрудненням ґрунтів як дуже важлива проблема сьогодення вирішується в Україні двома шляхами. Перший з них – попереджувальні (профілактичні) заходи, які не допускають надходження токсикантів у ґрунт, другий – очищення ґрунту від тих токсичних речовин, що вже потрапили до нього. Ґрунт – найважливіший ресурс людства. Не буде ґрунту, придатного для одержання продуктів харчування, всі інші людські цінності втратять своє значення. Разом з тим ґрунт – це відновний ресурс, проте його відновлення на два – три порядки дорожче, ніж охорона. Саме тому питанням охорони ґрунтів повинні володіти всі спеціалісти сільськогосподарського виробництва. Необхідно також докласти значних зусиль спеціалістам в інших галузях народного господарства, тому що руйнування, деградація та забруднення ґрунтів відбувається не тільки на землях сільськогосподарського використання, а й у лісовому та водному господарствах, при будівництві доріг і міст, видобуванні корисних копалин тощо. Слід також сформувати і суспільну думку про важливість для людства ґрунтоохоронних заходів, тому що від цього залежатиме, чи будуть розроблені й впроваджені національні програми з охорони ґрунтів. Необхідна всенародна екологічна освіта.[2]

Список використаних джерел:

1. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://ecology.at.ua/index/0-6>
2. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://svitppt.com.ua/ekologiya/ekologichni-problemi-ukraini1.html>

ЕФЕКТИВНИЙ БРЕНДИНГ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Бровко Дар'я Дмитрівна, Пасс Інна Дмитрівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Комарова К.В.

Університет митної справи та фінансів

Україна

У сучасній економіці, яка характеризується складною фінансовою ситуацією і жорсткою конкурентною боротьбою, для виживання і успішного ведення ринкової діяльності українським підприємствам необхідні конкурентні переваги. Підприємства змушені протистояти не тільки один одному, але і потужним західним конкурентам, в т. ч. і величезним міжнародним корпораціям.

Концепція формування бренду в просуванні товару завжди була помітною в західних маркетингових колах. З недавніх пір вона стала залучати значно більше уваги менеджерів вітчизняних компаній по ряду істотних причин. Світова економіка істотно змінилася за останнє десятиліття, прибравши географічні кордони для виробничих потужностей і зосередивши конкурентну боротьбу фактично на рівні торгової марки товару, тобто «бренду» [1, с. 378]. Тому битва за технології починає відходити на другий план, і головною стає битва за споживача товару, тобто конкуренція між брендами. В свою чергу, бренд зі стандартного атрибуту переходить в категорію цінного нематеріального активу, який знаходить певну вартість для бізнесу та також певну цінність для клієнтів і споживачів.

Конкурентоспроможність виступає основним фактором комерційного успіху підприємства. Виробнича діяльність будь-якого підприємства в сучасних умовах залежить від того, наскільки успішно вирішуються проблеми, пов'язані з конкурентоспроможністю продукції, що випускається. Тільки вирішивши цю проблему, підприємство може ефективно функціонувати і розвиватися в ринковому середовищі.

Підприємство не зможе досягти комерційного успіху на ринку, утримати свої позиції і переваги в конкурентному середовищі, якщо не визначить для себе, що становить його конкурентоспроможність і не визначить коло завдань щодо її підвищення.

Успіх конкретного товару на ринку означає перевагу покупця, віддане підприємству виробнику цієї продукції в умовах широкої пропозиції товарів-аналогів конкурентами (іншими виробниками). Сукупність покупців, які віддали перевагу товару конкретного виробника, є об'єктивною оцінкою (характеристикою) задоволення суспільної потреби цим товаром в порівнянні з іншими виробниками.

Таким чином, конкурентоспроможність товару (послуги) характеризує і конкурентоспроможність підприємства-виробника.

Конкурентоспроможність представляється як ступінь привабливості продукції, що складається з декількох чинників, які визначаються тільки самим споживачем і мають для нього найбільшу цінність. Тільки підштовхнути споживача зробити вибір на користь певного продукту допоможуть вже не тільки наявні у нього знання про торгову марку, але і певний набір асоціацій з нею [3, с. 145-147].

Існуючі визначення поняття «брендинг» в науково-дослідній літературі можна розділити на три підходи:

- 1) брендинг як набір інструментів;
- 2) брендинг як частина філософії бізнесу;
- 3) брендинг як мистецтво створення образу в «умах» споживачів.

Безсумнівно, якість продукції завжди була і залишається головним фактором, що забезпечує перевагу виробників на ринках товарів і послуг. Однак не слід забувати і про роль іміджу підприємства, рекламної активності. Конкуренція призводить до виникнення все нових властивостей і атрибутів продукту. В умовах однаково високого функціонального якості конкуруючих товарів якість продукту стає для споживача обов'язковою, але недостатньою для прийняття рішення про придбання даного товару характеристикою, поступаючись місцем бренду, що утворюється не функціональними властивостями.

Стійкі конкурентні переваги продукції, які полягають в розумінні споживачем їх відмінних властивостей, є основою успіху будь-якого бізнесу. У цих умовах бренд товару (підприємства, послуги) і брендинг як носії основних цінностей і переваг виступають ключовими факторами просування на конкуруючому ринку. Очевидно, що марки і бренди приносять величезну користь виробникам і споживачам. Їх наявність гарантує виробникам продукції додатковий прибуток, забезпечуючи лояльність споживачів і тим самим підвищуючи конкурентоспроможність продукції і обсяги продажів [1, с. 378].

Відповідно до проведеного дослідження запропоновано організаційно-економічний механізм управління брендом підприємства для підвищення їх конкурентоспроможності у системі національного господарства, основними елементами якого визначено бренд-управління, бренд-бук і технологію розробки бренду (рис. 1).

У рамках запропонованого методичного підходу до формування бренд-орієнтованої системи управління конкурентоспроможністю підприємства, виокремлено критерії рівня бренд-орієнтованості системи комунікацій.

Бренд підприємства є важливим фактором забезпечення його конкурентоспроможності, оскільки він є диференціатором при виборі того чи іншого підприємства, спонукає до перевтілення споживача з

випадкового на постійного, а відтак – до зростання доходів підприємств та обсягів реалізованої продукції, товарів, послуг [4, с. 566-587].

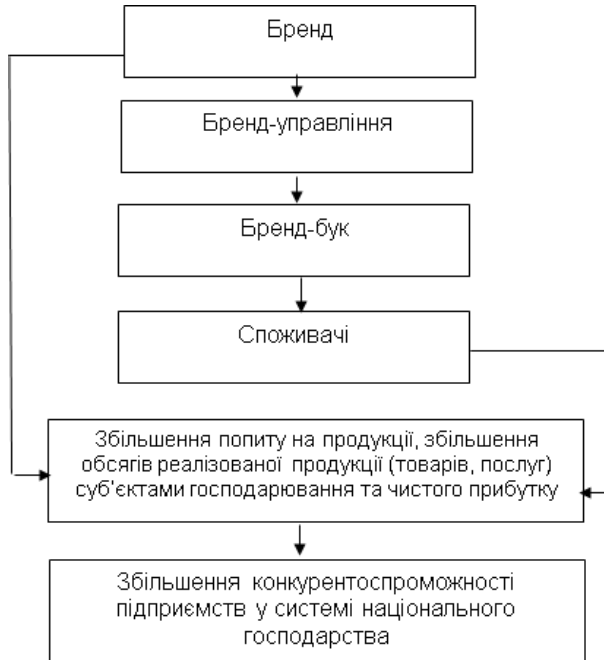


Рис. 1. **Складові бренд-орієнтованого управління конкурентоспроможністю підприємств**
Сформовано авторами на основі [4]

Обов'язкова умова для нового бренду - доказова, функціональна перевага хоча б в деяких відносинах в порівнянні з марками конкурентами - дає добрі шанси на встановлення початкового споживацького привілею. Адже вже існуючі бренди вже володіють цілим рядом додаткових цінностей, що створюються протягом довгих літ, тоді як новачок, природно, не може похвалитися таким активом. Це значить, що з моменту виведення нового бренду на ринок і до моменту прояву у відповідь реакції з боку конкурентів, новому бренду потрібно створити власні додаткові цінності, щоб залишатися конкурентноздатним.

Для ефективного управління, формування і розвитку лояльності клієнта до бренду необхідно постійно здійснювати поточну оцінку ступеня прихильності бренду. Найбільш простими для вимірювання є компоненти поведінкової лояльності. До ключовими показниками

поведінкової лояльності можна віднести частоту і регулярність покупок, підтримка споживачем досягнутого рівня взаємодії з компанією. Компоненти афективної лояльності виміряти складніше, оскільки доводиться мати справу з перевагами і думками споживачів.

Таким чином, можна стверджувати, що наявність впізнаного бренду допомагає виділяти виробника і його товар серед конкурентів. Підвищення конкурентоспроможності продукції через брендинг сприяє підвищенню рівня лояльності споживача до продукції, а відповідно і прибутку фірми.

Список використаних джерел:

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства [Текст]: підручник. / І. М.Бойчик. – К.: Кондор-Видавництво, 2016. – 378 с.
2. Воронкова А. Е. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентно-спроможності підприємства: організаційний аспект: монографія / А. Е. Воронкова, Н. Г. Калюжна, В. І. Отенко. – Х.: ВД «ІНЖЕК». – 2016. – 512 с.
3. Гончарук А. О. Методи підвищення конкурентоспроможності підприємства / А. О. Гончарук . К.: Управління розвитком. – 2014. – № 3 (166). – 145-147 с.
4. Івашова Н.В. Значення бренду в забезпеченні ринкової позиції підприємств / Н.В. Івашова // Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком: монографія / за заг. ред. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2011.– С. 566-587.

ЗАБРУДНЕННЯ ВОДОЙМ В УКРАЇНІ ЯК ОДНА З ПРОБЛЕМ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Культчинська Зоряна Олегівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Машлій Г.Б.

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Україна*

Забруднення водойм в Україні є складовою глобальних екологічних проблем. Розв'язання цієї проблеми відіграє надзвичайно важливу роль у державному управлінні. Вода – це ресурс, без якого неможливо уявити кілька днів в житті кожної людини. Україна багата на водні ресурси, але ми, на жаль, не вміємо цінувати того, що дає нам природа. Забруднення та нестача води з кожним роком набувають все більших масштабів, і це стає все глобальнішою проблемою. Людство забруднює водні джерела різноманітними викидами, не думаючи про наслідки, які можуть настати вже у найближчому майбутньому.

Державне управління в Україні у галузі використання і охорони вод здійснюється Кабінетом Міністрів, місцевими державними адміністраціями, а також органами місцевого самоврядування. Органами спеціального управління в цій галузі є Міністерство охорони навколишнього природного середовища України, Державний комітет України по водному господарству (затверджено Указом Президента України від 14.07.2000 р.).

Об'єктами державного моніторингу вод є: поверхневі води; штучні водойми; підземні води і джерела; внутрішні морські води та територіальне море. Основними причинами критичної ситуації, яка склалася на сьогоднішній день з водними ресурсами, є:

- систематичне забруднення поверхневих вод промисловими та побутовими відходами;
- викид шкідливих хімічних речовин, у тому числі нафтопродуктів, під час аварій;
- незаконна забудова природоохоронних прибережних смуг;
- будівництво численних малих і великих гідроспоруд на річках [2].

Викиди забруднюючих речовин у водойми спричиняють значну шкоду здоров'ю людей, спричиняють масову загибель риби та інших підводних жителів, через це також страждають водоплавні птахи та різні тварини.

Для збереження водних ресурсів на рівні держави потрібно розробляти закони, які б сприяли охороні водного середовища. Необхідно систематично контролювати рівень забруднення води у зоні антропогенної діяльності у різних регіонах з метою своєчасного виявлення та усунення випадків викидів шкідливих речовин, розробляти плани заходів, спрямованих на покращення стану водойм. Держава повинна впроваджувати прогресивні стандарти якості води, використовувати такі економічні механізми, які б зацікавлювали промислові підприємства встановлювати сучасні водоочисні споруди, зменшувати рівень різного типу викидів у водойми. Порушники встановлених державою вимог та нормативів щодо охорони вод повинні бути притягнені до адміністративної, цивільної або кримінальної відповідальності.

Українцям потрібно дбайливіше відноситись до води як до надзвичайно цінного ресурсу, адже вона – невід'ємна складова життя. Всі ми повинні усвідомлювати це та берегти воду.

Список використаних джерел:

1. Функції державного управління в галузі використання і охорони вод [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.vipreshbnik.ua/ekologichne-pravo/4153-funksiji-derzhavnogo-upravlinnya-v-galuzi-vikoristannya-i-okhoroni-vod.html>.

2. Хвесик М. А. Інституціональне середовище сталого водокористування в умовах ринкових відносин: національні та регіональні виміри : [монографія] / М. А. Хвесик, В. А. Голян, Ю. М. Хвесик. – К. : Книжкове вид-во НАУ, 2005. – 180 с.

ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Животок Едуард Борисович

*Київського національного університету технологій та дизайну
Україна*

Важливою умовою для надання стабільності підприємства його розвитку та конкурентоспроможності є забезпечення фінансової стійкості. Саме фінансова стійкість підприємства характеризує ефективність операційного, фінансового та інвестиційного розвитку, містить необхідну інформацію для інвесторів, а також відображає здатність підприємства відповідати за своїми боргами і зобов'язаннями.

Питання фінансової стійкості підприємства цікавило таких науковців як: І.О. Бланк, М.Д. Білик, А.В. Василенко, Л.А. Костирко, І.Г. Ловінська, Н.А. Мамонтова, О.А. Островська, А.М. Поддєрьогін, О.О. Терещенко, Ю.С. Цал-Цалко, Н.В. Алексеєнко, О.М. Зайцев та інші.

Опираючись на досвід вітчизняних та зарубіжних вчених можна виокремити чотири основних напрями визначення фінансової стійкості:

1. Як стан підприємства або ресурсів, які забезпечують розвиток підприємства на основі зростання прибутку і капіталу за збереження платоспроможності та кредитоспроможності в умовах допустимого рівня ризиків (Н.В. Алексеєнко [1, с. 56–65]).
2. Як рівновага або здатність повертатись до неї, яка досягається економічними й управлінськими рішеннями, що здатні регулювати основні фактори стійкого положення підприємства (С.Н. Анохін [2, с. 40]).
3. Як здатність підприємства (системи) поглинати зовнішні й внутрішні дестабілізуючі фактори через ефективне застосування своїх ресурсів за рахунок використання й удосконалення економічного потенціалу (В.З. Бугай [3, с. 34]).
4. Як комплекс складників, які за будь-яких умов забезпечують здатність до ведення діяльності підприємств, запас ресурсів (ресурсного потенціалу) та збалансований процес функціонування (О.В. Ареф'єва, Д.М. Городянська [4, с. 83–90]).

Також фінансова стійкість підприємства характеризується відповідністю стану фінансових ресурсів до вимог ринку і водночас

задовольняє потреби розвитку підприємства. Існує чотири типи фінансової стійкості:

Перший - абсолютна стійкість фінансового стану підприємства, що показує високу платоспроможність підприємства;

Другий - нормальна стійкість фінансового стану, також показує нормальну платоспроможність, ефективне використання позикових коштів, та прибутковість від виробничої діяльності;

Третій - нестійкий (передкризовий) фінансовий стан, знаходимо порушення в платоспроможності, необхідність залучення додаткових джерел для діяльності підприємства;

Четвертий - кризовий фінансовий стан, зовсім не платоспроможний тип, все може закінчитися банкрутством.

Для оцінки рівня фінансової стійкості використовують наступні показники:

1. Коефіцієнт співвідношення залучених і власних коштів, характеризує структуру фінансових ресурсів підприємства. Розраховується як частка від розподілу суми позикових коштів на суму власного капіталу;
2. Коефіцієнт автономії (платоспроможності), характеризує частку коштів, вкладених власниками підприємства в загальну вартість майна. Нормальне мінімальне значення показника повинно бути на рівні 0,5, що припускає забезпеченість позикових коштів власними, тобто, реалізувавши майно, сформоване із власних джерел, підприємство зможе погасити зобов'язання;
3. Коефіцієнт маневреності власних коштів, характеризує ступінь мобільності використання власного капіталу, він показує частку власних коштів, вкладених в оборотні активи;
4. Коефіцієнт ефективності використання власних коштів, показує прибуток підприємства на 1 грн. власних коштів;
5. Коефіцієнт використання фінансових ресурсів усього майна, дає змогу визначити, за який період одержаний прибуток може компенсувати вартість майна.
6. Коефіцієнт концентрації власного капіталу (коефіцієнт автономії, коефіцієнт незалежності), визначає частку коштів власників підприємства в загальній сумі коштів, вкладених у майно підприємства. Характеризує можливість підприємства виконати свої зовнішні зобов'язання за рахунок використання власних коштів, незалежність його функціонування від позикових коштів.

Сучасні умови господарювання характеризуються високим рівнем невизначеності, тому досягнення фінансових стратегічних цілей і довгострокової фінансової стійкості підприємства не можливе без дотримання певних умов:

- створення ефективної системи стратегічного фінансового менеджменту;
- мінімізації негативного впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства;
- створення передумов ефективної реалізації запланованих дій.

Саме тому, застосування вказаних коефіцієнтів надає можливість оцінити фінансову стійкість підприємства в комплексі та визначення фактори, що впливають на забезпечення та підтримку стійкого фінансового стану суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел:

1. Алексєєнко Н.В. Управління сталим розвитком промислових підприємств / Н.В. Алексєєнко // Економіка і організація управління. - 2009. - Вип. 2 (6). - С. 50-60.
2. Анохін С.П. Методика моделювання економічної стійкості промислових підприємств в сучасних умовах / С.П. Анохін. - Саратов: Саратов. держ. техн. ун-т, 2000. - 40 с.
3. Бугай В.З. Аналіз та оцінка фінансової стійкості підприємства / В.З. Бугай, В.М. Омельченко // Держава та регіони. – 2008. – № 1. – С. 34–39.
4. Ареф'єва О.В. Економічна стійкість підприємства: сутність, складові та заходи з її забезпечення / О.В. Ареф'єва, Д.М. Городянська // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8. – С. 83–90.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧОГО ЗРОСТАННЯ

Машлій Галина Богданівна

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Україна*

На сучасному періоді розвитку економіки надзвичайно важлива роль відводиться інноваційній діяльності. Саме ті підприємства, які спроможні активно впроваджувати новітні технології та матеріали, здійснювати ефективні організаційні, економічні та управлінські зміни, базуючись на сучасних досягненнях науково-технічного прогресу та менеджменту, можуть якнайповніше забезпечувати зростаючі вимоги споживача щодо асортименту і якості продукції (послуг), зміцнювати свої позиції на ринку і забезпечувати стабільне отримання позитивних фінансових результатів.

За даними Держстату України, кількість інноваційно активних підприємств у 2017 році становила 759 одиниць, або 16,2% до загальної кількості обстежених. Загальний обсяг витрат на інноваційну діяльність складав 9117,5 млн. грн., а обсяг реалізованої інноваційної

продукції - 7714,2 млн. грн. Із 672 підприємств, що у 2017 р. впроваджували інновації, кількість підприємств, які здійснювали впровадження інноваційних видів продукції, становила 358 (з них: нових для ринку – 90, нових для підприємства – 302). Впровадження інноваційних процесів було реалізоване на 456 підприємствах, з них маловідходних, ресурсо-зберігаючих - 198. Слід пом'ятати, що розвиток інноваційної діяльності – шлях на шляху утвердження економічного суверенітету нашої держави.

Список використаних джерел:

1. Інноваційна діяльність промислових підприємств у 2017 році: доповідь Держстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Кириленко Христина Василівна

Науковий керівник: Лопашук І.А.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Україна

Хлібопекарська галузь відіграє головну соціальну та стратегічну роль в житті населення. Це забезпечення виробництва хлібобулочних виробів відповідно до стандартів якості та встановленої рецептури, що задовільнить потреби населення при доступній ціні та потрібних об'ємах. При цьому в сучасних умовах спостерігається значний спад виробництва хлібобулочної продукції і збільшення негативної динаміки стосовно задоволення потреб населення в різноманітних сортах хлібобулочних виробів.

На сьогодні існує ціла низка факторів від яких хлібопекарська галузь знаходиться в складному становищі. Перш за все це дефіцит інвестицій, малоефективний державний вплив на стабілізацію і розвиток галузі і, як наслідок, низька рентабельність виробництва, недобросовісна конкуренція, систематичне підвищення цін на найбільш важливі виробничі ресурси (енергоресурси, сировину і матеріали, виробниче обладнання). В таких умовах діяльність практично кожного хлібопекарського підприємства направлена не на розширення асортименту та впровадження інноваційних технологій, а на скорочення виробничих витрат та боротьбу за виживання. Тим більше, також, висуваються й нові вимоги для зберігання конкурентної

позиції в сфері послуг. Щоб відповідати вимогам підприємствам необхідно на щоденній основі моніторити зміни на ринку, а також удосконалювати існуючу продукцію, технології виробництва, методи їх реалізації, розробляти маркетингові стратегії, впроваджувати технічні нововведення, розробляти нові товари та виводити їх на ринок.

Тому доцільно буде визначити головні проблеми та шляхи їх усунення при організації інноваційних технологій в хлібопекарській галузі, які відображені в табл. 1

Таблиця 1

Основні проблеми організації інноваційного розвитку та шляхи їх вирішення в хлібопекарській галузі

№	Основні проблеми	Пропозиції їх вирішення
1.	Нестача власних коштів	Широке залучення банківських кредитів
2.	Великі витрати на нововведення	Надання кредитів за зниженою кредитною ставкою підприємствам, що здійснюють інноваційну діяльність
3.	Високий економічний ризик	Запровадження різних форм фінансового лізингу та державних дотацій підприємствам – інноваторам
4.	Тривалий термін окупності нововведень	Запровадження істотних пільг для інноваційних підприємств
5.	Нестача інформації про нові технології	Використання сучасних інформаційних технологій і програмних продуктів
6.	Недостатня фінансова підтримка держави	Підвищення ефективності програмно - цільової форми у системі фінансування
7.	Низький платоспроможний попит на нову продукцію	Запровадження істотних пільг для інноваційних підприємств

Таким чином, основними проблемами інноваційного розвитку хлібопекарської галузі є: низькі обсяги витрат підприємств на інноваційну діяльність; низька частка витрат підприємств на внутрішні та зовнішні науково-дослідні роботи; нестача власних коштів та брак фінансової підтримки інноваційної діяльності підприємств з боку держави; відсутність довгострокового кредитування інноваційної діяльності підприємств з боку банківського сектора; підвищений ризик будь-яких форм інвестування.

Також вітчизняні виробники хлібопекарського устаткування пропонують продукцію, що не відповідає світовим тенденціям. Як правило, порівняно з імпортним, аналогічне українське устаткування є менш технологічним, більш енергоємним, менш надійним в процесі експлуатації. Як стверджують керівники хлібопекарських підприємств, ефективність ярусної німецької печі MIBE у кілька разів вища, ніж вітчизняної хлібопекарської печі. Тому на великих промислових підприємствах, як правило, встановлюють технологічні лінії з автоматичним, програмованим,

високотехнологічним імпортом устаткуванням. Проте, єдиною перевагою облаштування підприємства вітчизняним устаткуванням є відносна економія як на його придбанні, так і на монтажі та ремонті.

Відповідно, основними шляхами вирішення виявлених проблем є: фінансування за рахунок державного бюджету інноваційних розробок, що мають пріоритетне значення для держави; гарантування державою позик на інноваційний розвиток; створення пільгових умов для банківського кредитування інноваційної діяльності підприємств; створення сприятливого інвестиційного клімату для залучення іноземних інвестицій.

Для впровадження інноваційних технологій в хлібопекарській галузі доречно підвищити ефективність виробництва шляхом покращення результатів фінансово-господарської діяльності підприємства, раціоналізації використання виробничих ресурсів (підвищення фондівіддачі основних засобів та оборотності оборотних засобів підприємства), зміцнення конкурентних позицій за рахунок впровадження маркетингових стратегій, удосконалення асортименту продукції та збутової системи. Це дозволить залучити нових інвесторів, а також зросте привабливість продукції не тільки для вітчизняного використання, а й для виходу на світовий ринок. Тому, нижче подано нові перспективні напрями інноваційного розвитку в хлібопекарській галузі (рис. 1.)

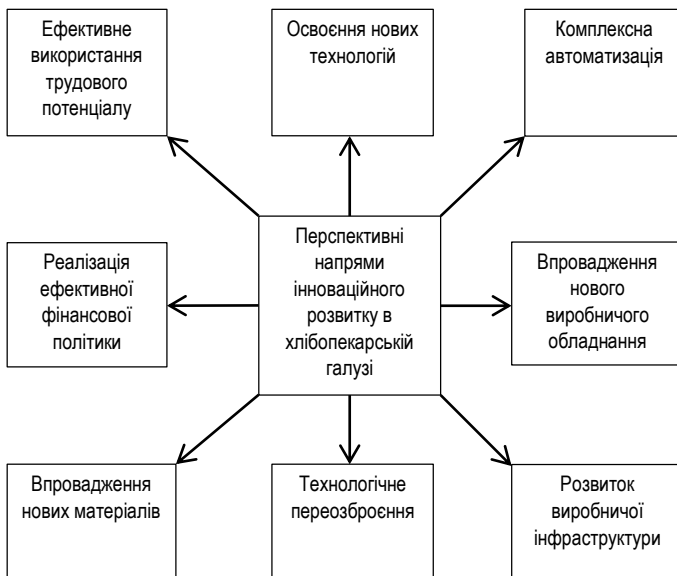


Рис. 1. Основні перспективні напрями інноваційного розвитку в хлібопекарській галузі

Ефективне використання трудового потенціалу дозволить підвищити кваліфікаційний рівень, запровадити безперервне навчання будь якого підприємства за допомогою інноваційних технологій, програмних забезпечень, використання тестувань та кваліфікаційних іспитів. Освоєння нових технологій використовувати штучний інтелект та запровадити ІТ-рішення з мультимедійною інформаційною підтримкою. Комплексна автоматизація створення технологічного ділянки або навіть підприємства, яке буде функціонувати як один механізм та впровадження нового програмного забезпечення в галузі систем управління підприємствами, систем збору, обробки та збереження даних. Технологічне переозброєння передбачає заміну устаткування та автоматизацію технологій. Технологічні нововведення та інформаційні технології найбільше впливають на рівень та динаміку ефективності виробництва продукції. Інноваційні проекти мають стосуватися випуску нової продукції та сприяти зниженню матеріаломісткості виробництва. А безпосередній вплив на результативність діяльності підприємств справляє належний розвиток виробничої інфраструктури (комунікацій, торгівлі, транспорту, інформаційної системи тощо).

Отже, при дослідженні проблем та шляхів їх вирішення при організації інноваційного розвитку в хлібопекарській галузі можна стверджувати, що на даний момент спостерігається скорочення обсягів виробництва, погіршення структури споживання хлібобулочних виробів та повільним впровадженням інноваційних технологій. Тому доречним було проаналізувати, які саме проблеми виникають при впровадженні інноваційних технологій і знайти шляхи їх вирішення для успішного процвітання хлібопекарської галузі. Було запропоновано перспективні напрями, які дадуть поштовх для реалізації інноваційних технологій в хлібопекарській галузі. Адже значущість хлібопекарської галузі є рушійним мотивом держави, приватного підприємства для впровадження особливої політики при врахуванні всієї специфіки. Інновації в хлібопекарській галузі дозволять посилити конкурентні позиції та задовільнити соціальні потреби населення.

Список використаних джерел:

1. Ганечко І. Проблеми розвитку інновацій в Україні. 2011. № 5. С. 21 - 24.
2. Гринько Т.В. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку вітчизняних підприємств сфери послуг. 2015. № 1. С. 255-260.
3. Ильяшенко С.Н. Инновационное развитие рыночных возможностей: проблемы управления. Сумы. 1999. 222 с.

ІНСТРУМЕНТИ ЗАХИСТУ ЦІННОСТІ СТАРТАПІВ

Артеменко Денис Тарасович

*Національний Технічний Університет України
«Київський Політехнічний Інститут імені Ігоря Сікорського»
Україна*

Динаміка розвитку стартапів створює необхідність у визначенні особливостей регулювання захисту інтелектуальної власності. Першою цінністю стартапу є ідея, те з чого все починається. За для збереження інтелектуальної власності творця він повинен чітко розуміти:

- «виявлення споживачів», протягом якого стартап будує гіпотези про те, як його продукт вирішує проблеми потенційних клієнтів;

- «верифікація споживачів», етап перевірки гіпотез і підготовки плану продажу, маркетингової стратегії, пошуку ранніх послідовників компанії. У разі невдачі на цьому етапі стартап повертається до виявлення своїх споживачів;

- «залучення споживачів» після підтвердження корисності продукту компанії. Стартап переходить до продажу продукту та інвестицій в маркетинг;

- «створення компанії» - кінцева мета стартапу, створення формальної структури компанії і бізнес-процесів для подальшого розвитку.

Тому, потрібно розуміти, що при досягненні популярності та створенні відповідної потрібно максимально прикласти зусиль за для збереження репутації компанії. Важливим при захисті інтелектуальної власності стартапу - отримання патенту. Першим про, що потрібно думати є необхідність проведення патентного пошуку. Патентний експерт допоможе перевірити «патентну чистоту» проекту, за результатами пошуку вирішити, який саме патент необхідно отримати. Все залежить від того, для чого потрібен патент, яким чином плануєте просувати і масштабувати стартап [1]. Отримання «іміджевого патенту» при реальному судовому розгляді не допоможе захистити права. «Робочий» патент об'єкту промислової власності з високим винахідницьким рівнем доводить, що подібного в світі ще не реєстрували.

Для охорони авторських прав на ідею стартапу, в багатьох країнах виділяють патенти на винахід та на корисну модель. Для них існують свої критерії оцінки. Наприклад, патенти на «корисну модель», які досить популярні в Україні, не існують у багатьох інших країнах. При регулюванні відносин між учасниками стартапу для захисту прав

інтелектуальної власності нормальною практикою є укладання авторських договорів між автором і засновниками стартапу [2]: про передання виключного права на використання твору: автор (чи інша особа, яка має виключне авторське право) передає право використовувати твір певним способом і у встановлених межах тільки одній особі, якій ці права передаються, і надає цій особі право дозволяти або забороняти подібне використання твору іншим особам; про передання невиключного права на використання твору: автор (чи інша особа, яка має авторське право) передає іншій особі право використовувати твір певним способом і у встановлених межах.

З метою регулювання відносин між засновниками стартап-компаній доцільно укладати засновницький договір, а для захисту прав інтелектуальної власності - авторський договір між автором і засновниками стартапу. Реєстрацію прав на об'єкт інтелектуальної власності, у тому числі й патентування, рекомендується здійснювати відповідно до цілей проекту та із залученням фахівців.

Список використаних джерел:

1. Кресан Т. Інтелектуальна власність стартапу та його захист [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://startup-kpi.blogspot.com/2017/10/blog-post.html>
2. Підодвірна Ю. Як оформити стартап: юридична тяганина [Електронний ресурс] // STUDWAY. – Режим доступу: <http://studway.com.ua/startup-issue/>

ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ТА ІННОВАТИЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ В УМОВАХ НОВОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ

Галюк Ірина Богданівна

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Україна*

Промисловий розвиток на сьогодні теж не може вже відбуватись у рамках звичайних трансформаційних процесів перетворення сировини у продукцію. Інновативність процесів розвитку лежить в основі «нової промислової революції» [1] і забезпечує проривні результати на основі використання конвергентних технологій.

Напрацювання розвинених держав світу таких як США, країни Євросоюзу, Японія, Південна Корея, Китай та інші представляють конвергентні технології основним інструментом вирішення глобальних проблем людства, а саме: депопуляція і старіння населення; нестача продовольства; екологічні проблеми і захист навколишнього середовища; вичерпання природних ресурсів і нова енергетика; перехід до нового технологічного укладу [2-3]. Вітчизняні вчені теж

розглядають дану можливість як одну з найбільш ефективних на сьогоднішній день. Однак, для її реалізації необхідними є наявність кількох умов.

По-перше, структура промисловості повинна включати високотехнологічні галузі, продукція яких може забезпечувати як задоволення внутрішнього попиту, так і необхідну частку експорту.

По-друге, наявність інноваційного потенціалу, здатного забезпечувати функціонування і розвиток високотехнологічних галузей.

По-третє, інституційне забезпечення як основа розвитку інноваційного потенціалу та високотехнологічних галузей.

По-четверте, державна підтримка даної політики у вигляді організаційних та економічних методів стимулювання.

Детальний аналіз вказаних умов показує, що рівень інноваційності промисловості України, а отже, й інноватизації є вкрай низький. Дана ситуація пояснюється спадом рівня інтелектуалізації як інноваційної сфери загалом, так і інноваційного виробництва зокрема. Жодна із чотирьох умов реалізації промислової революції не виконується.

Перспективи реалізації промислової революції в реаліях України ускладнюються відсутністю основних передумов для даного процесу. На відміну від розвинених держав світу, не достатньо уваги приділяється розвитку існуючого та нарощуванню можливого потенціалу для підвищення рівня інтелектуалізації та інноватизації діяльності, без чого практичне впровадження політики промислової революції є неможливим. Усі ці питання є предметом розгляду державної політики економічного розвитку і потребують детального опрацювання з метою забезпечення державного супроводу процесів активізації розвитку інноваційного та інтелектуального потенціалів, що в результаті створить основу для революційних змін у структурі промисловості та результатах її діяльності.

Список використаних джерел:

1. Матюшенко І. Ю. Розробка і впровадження конвергентних технологій в Україні в умовах нової промислової революції: організація державної підтримки: монографія / І. Ю. Матюшенко. – Х.: ФОП Александрова К. М., 2016. – 556 с.
2. Кизим М. О. Проблеми та цілі розвитку України у світі глобальних проблем світової спільноти: монографія. / М. О. Кизим, П. В. Проноза, Ш. А. Омаров; ВД «ІНЖЕК». – Харків, 2010. – 96 с.
3. Хаустова В. Є. Промислова політика в Україні: формування та прогнозування: монографія / В. Є. Хаустова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2015. – 384 с.

ІНТЕРАКТИВНИЙ РЕКЛАМНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПОБУДОВИ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ КОМПАНІЇ

Троханенко Олександр Михайлович

*Рівненський науково-дослідний експертно криміналістичний центр МВС України
Україна*

В даний час Інтернет в якості середовища є найшвидшим і найбільшим джерелом інформації, яка впливає на зміну ділової поведінки, взявши на себе все більше і більше обов'язків традиційних інформаційних каналів (радіо, преса, телебачення), розширення функцій інтерактивності (взаємодії), який не доступний в будь-якому іншому середовищі. Інтерактивність є найбільш відмінною особливістю Інтернету, завдяки чому її функції отримують таку популярність і ефективність.

Фахівці з маркетингу та реклами в найбільших світових компаніях дуже швидко помітили можливість, що пропонуються Інтернетом в плані створення іміджу компанії та просування продуктів. Інтернет швидко адаптувався до рекламного середовища, в результаті чого було створено все нові форми реклами та методи використання всіх інтернет-послуг для просування послуг та продуктів. Варто підкреслити, що найважливішою особливістю онлайн-реклами, яка часто відображається як визначальний фактор розвитку та трансформації глобальної реклами, є здатність адаптувати рекламне повідомлення до переваг та інтересів одержувача. Реклама, не створює потреби, а пропонує задовольнити попит на даний продукт. Залежно від специфіки компанії та галузі, графічна реклама (банери, відео) використовується для маркетингових цілей [1, с. 185].

Слід зазначити, що основні особливості Інтернету, тобто інтерактивність, легкість доступу, глобальне охоплення і гнучкість дозволили йому використовувати деякі з основних функцій інформації, комунікації, торгівлі, маркетингу і реклами.

З багатьох причин Інтернет можна розглядати як найбільш швидкозростаючий маркетинговий канал. З одного боку, вони впливають на результати, які досягають кампанії, що реалізуються з цього конкретного середовища і все більш потужні методи для оцінки їх ефективності, з іншого боку, широкий спектр можливостей для використання Інтернету в маркетингу (різні форми реклами, здатність адаптуватися до характеристик одержувача). Незалежно від того, чи є метою кампанії - створити поінформованість про торгову марку, все більше і більше керівників бачать переваги Інтернету і використовує його для створення правильного, ефективного поєднання засобів масової інформації («медіа-мікс») [2, с. 216].

Інтернет дозволяє інформувати клієнтів про особливості та ціни продуктів, використовуючи веб-сайти продуктів і компаній. Легкі та недорогі інструменти дозволяють швидко досягти цільової групи компанії. Інтернет дозволяє проводити всі рекламні заходи, починаючи від інформування та реклами продуктів, до витончених PR-заходів, що закінчуються значно нижчими за традиційні витрати.

Маючи доступність в Інтернеті ми користуємося повним набором інструментів, які дозволяють вести всі етапи маркетингової діяльності. Проте Інтернет, як традиційний маркетинг, потребує ефективної маркетингової стратегії. Набагато простіше, що досягнення користувача спрощується, і використання інструментів дослідження набагато дешевше. На основі знань, отриманих на основі досліджень дуже легко побудувати стратегію і визначити, які кошти будуть найбільш ефективні для бізнесу.

Електронний маркетинг може відбуватися на багатьох рівнях. Інтернет дає нам багато можливостей, однак, це також змушує нас бути гнучкими і адаптуватися до змінних вимог ринку. Кількість людей, які виступають за таку форму промоції компанії, динамічно зростає - не тільки через відносно низькі витрати, ніж традиційна реклама, а також про значну ефективність та можливість точно оцінити результати та рентабельність інвестицій.

В сучасному світі це Інтернет, який широко використовується серед підприємств як засіб комунікації, передачі інформації та способу придбання клієнтів. Адекватна та професійна реклама в Інтернеті є майже гарантією збільшення надходжень компанії та його визнання, потрібно лише вибрати ті канали, які будуть настільки ефективними, як це можливо в кожній галузі [3, с. 187] .

Таким чином, можна сказати, що діапазон дешевих та ефективних маркетингових інструментів, які можуть використовуватися компаніями з низькими маркетинговими бюджетами, зростає. Вони можуть вибирати між такими інструментами (часто абсолютно безкоштовними), як дешеві інтернет-рішення та економічно вигідний маркетинг. Перевага малих та середніх компаній, особливо сервісних компаній, у великих корпораціях полягає в тому, що вони мають шанс ідентифікувати окремих клієнтів за назвою та будувати міцні стосунки з ними. Тому неправда, що ефективне та помітне просування має бути дорогим. Проте вона завжди повинна бути адаптована до потреб та звичок спілкування вікових груп споживачів та профілів цільової групи компанії.

Список використаних джерел:

1. Владимирська А. Реклама : навч. посіб. / А. Владимирська, П.Владимирський. – К. : Кондор, 2009. – 334 с.

2. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент: Навч. посіб./ Т.І. Лук'янець - К.: КНЕУ, 2003. – 440 с.
3. Обритько Б.А. Реклама і рекламна діяльність/ Б.А. Обритько – К.: МАУП, 2002. – 240 с.

КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Габро Ірина Володимирівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Семенчук І.М.

*Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Україна*

Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві – це система різних видів діяльності, що являють широким комплекс заходів стратегічного й тактичного характеру, пов'язаних між собою і спрямованих на ефективне здійснення ринкової діяльності підприємства та досягнення його основної мети – задоволення потреб споживачів товарів і послуг і отримання на цій основі найбільшого прибутку. Це поняття, на наш погляд, враховує складність процесу управління маркетингом, його призначення і сутність, воно підкреслює системність цього процесу, бо управління маркетингом має здійснюватись системно і комплексно.

Управління маркетингом може здійснюватися з позицій п'яти підходів: вдосконалення виробництва, товару, інтенсифікації комерційних зусиль, маркетингу, соціально-етичного маркетингу. Концепція вдосконалення виробництва стверджує, що споживачі будуть прихильні до товарів, які широко поширені і доступні за ціною, а як наслідок – компанія повинна зосередити свої зусилля на вдосконаленні виробництва і підвищенні ефективності системи розподілу. Застосування цієї концепції підходить в двох ситуаціях: коли попит на товар перевищує пропозицію і коли собівартість товару дуже висока і її необхідно понизити, для чого потрібно підвищити продуктивність [3, с. 46].

Концепція вдосконалення товару стверджує, що споживачі прихильно відноситимуться до товарів, що пропонують найвищу якість, кращі експлуатаційні характеристики і властивості, тому компанія повинна зосередити свої зусилля на постійному вдосконаленні товару. Негативний момент даної концепції є те, що споживачі насправді задовольняють не потребу в конкретному товарі, а свої потреби, які можуть бути задоволені товарами іншого роду.

Концепція інтенсифікації комерційних зусиль стверджує, що споживачі не купуватимуть товари компанії в достатній кількості, якщо компанія не зробить достатніх зусиль у сфері збуту і стимулювання. Сфера застосування згаданої концепції – просування на ринок товарів так званого пасивного попиту (страховки, енциклопедичні словники та ін.).

Концепція маркетингу стверджує, що запорукою досягнення мети організації є визначення потреб цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності ефективнішим і продуктивнішим, ніж у конкурентів способами. Орієнтація в даній концепції йде на потреби клієнтів.

Концепція соціально-етичного маркетингу стверджує, що завдання компанії – встановлення потреб і інтересів цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності ефективнішими і продуктивнішими способами з одночасним зміцненням благополуччя споживача і суспільства в цілому. Дана концепція намагається вирішити протиріччя між задоволенням справжніх потреб клієнтів і їх довготривалим благополуччям.

Загальними функціями управління маркетингом на підприємстві є аналіз, планування, організація виконання, контроль. Специфічними ж функціями – розробка цілей і завдань підприємства, основних стратегічних принципів його діяльності; розробка стратегії підприємства, визначення ринків; планування продукції; підготовка планів закупівель матеріально-технічних ресурсів; формування виробничого плану; планування й реалізація комплексу маркетингових комунікацій; формування каналів розподілу; формування та реалізація цінової політики; планування фінансового забезпечення; підбір службовців; формування структури управління маркетинговою діяльністю; формування та реалізація системи керівних впливів; організація збирання й обробки маркетингової інформації.

На рис. 1 представлена схема загальних функцій маркетингу підприємства, їх взаємозв'язок та короткий зміст в процесі управління маркетинговою діяльністю. Контроль у системі маркетингу повинен мати стандартизований характер і задовольняти вимогам періодичності, всебічності, послідовності й об'єктивності.

Отже, успішна діяльність підприємства залежить від гнучкості системи управління. Управління, яке не встигає за динамічними змінами всередині підприємства та в зовнішньому середовищі, призводить до «загибелі ідей» і робить підприємство нездатним до пристосування та подальшого розвитку.

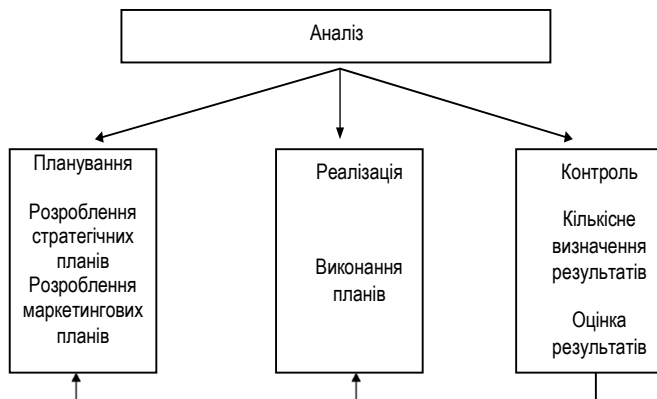


Рис. 1. Загальні функції маркетингу підприємства та їх взаємозв'язок [1, с. 294]

Список використаних джерел:

1. Дойль П. Маркетинг менеджмент и стратегии [Текст] /Дойль П. – СПб: Питер, 2002 – 544 с.
2. Подольна В. В. Сутність та собливості класифікації маркетингових стратегій розвитку підприємств / Подольна В. В. // Економічний простір, 2013. - № 72. – С.230-239.
3. Стрій Л.О. Маркетинг: Основні тенденції та проблеми розвитку. / Л.О. Стрій. - Одеса: УДАЗ ім. О.С. Попова, 2000. – 200 с.

КРЕДИТНА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОЇ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

Петушко Ярина Ростиславівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Швець В.В.

*Львівський національний університет імені Івана Франка
Україна*

Для здійснення ефективною кредитною діяльністю банкам доцільно розробляти зважену кредитну політику. Вона дає можливість регулювати, керувати, раціонально організувати взаємовідносини між банком і його клієнтами з приводу руху грошових коштів. Розробка кредитної політики особливо важлива в умовах адаптації банків до складних і постійно змінних умов ринкового реформування економіки.

Кредитну політику необхідно розглядати у двох аспектах: на макроекономічному (на державному) і на мікроекономічному

(банківському) рівнях. Кредитна політика держави – система заходів центрального банку та інших органів державної влади у кредитній сфері з метою регулювання грошового обігу і досягнення економічних та соціальних цілей. Кредитна політика банку – це сукупність правил та документів, що регламентують усю кредитну діяльність і спрямовані на досягнення тактичних та стратегічних цілей банку.

Кредитна стратегія на рівні окремого банку визначається: вибором клієнтів і кредитних інструментів; нормами і правилами, які регламентують практичну діяльність банківського персоналу; компетентністю керівництва банку і рівнем кваліфікації персоналу, який займається питаннями кредитування. Тактика кредитної політики охоплює конкретні інструменти, які використовуються банком для реалізації його стратегічних цілей при здійсненні кредитних операцій, напрямки їх вдосконалення, порядок організації кредитного процесу. Вона полягає в поєднанні вибору між ліквідністю та безпекою банку, та можливістю отримання прибутків – з іншого боку.

Кредитна політика містить загальну мету і основні завдання її досягнення. Метою кредитної політики банку є створення високоякісних активів, які забезпечують постійний плановий рівень прибутковості; вкладання кредитних коштів у економічно перспективні, рентабельні проекти; розробка й активне впровадження нових кредитних технологій, кредитних продуктів і послуг; зміцнення і підвищення конкурентоспроможності на ринку; підвищення якості наданих послуг. Основними завданнями кредитної політики банку є: забезпечення високоприбуткового розміщення коштів банку; постійний контроль над структурою кредитного портфеля і його якісним складом; надання надійних і рентабельних кредитів, мінімізація і диверсифікація кредитних ризиків.

Кредитна політика повинна визначати: структуру кредитного портфеля, критерії оцінювання кредитів; пріоритетність розгляду на кредитному комітеті заявок на одержання кредиту; повноваження відповідальних осіб за кредитування; перелік документів, необхідних до кредитної заявки; правила розрахунку і створення резервів щодо простроченої заборгованості.

Розробка кредитної політики банку передбачає такі етапи: аналіз кредитної діяльності банку за попередній період, оцінка внутрішнього потенціалу банку і можливостей його розвитку, дослідження зовнішнього кредитного середовища, формування системи стратегічних цілей кредитної політики, розробка основних параметрів організації кредитування, загальна оцінка ефективності розроблення кредитної політики.

Основними суб'єктами формування і реалізації кредитної політики є: кредитний комітет (розробляє проект кредитної політики та механізм

її реалізації), кредитний департамент (аналізує проект кредитної політики та вносить у нього свої коригування), Правління банку (затверджує проект кредитної політики банку), працівники кредитного відділу (реалізують кредитну політику банку), Ревізійна комісія і Спостережна рада банку (контролюють дотримання встановлених вимог кредитної політики).

Головними кількісними критеріями ефективності кредитної політики банку є дотримання показників прибутковості та рівня ризику кредитної діяльності на встановленому цільовому рівні, не загрожуючи при цьому фінансовій стійкості та конкурентоспроможності банку протягом певного періоду, а якісними критеріями є забезпечення дотримання вимог банківського регулювання і нагляду, її відповідність банківській політиці, забезпечення внутрішньої збалансованості окремих напрямів кредитної політики та їх відповідності умовам зовнішнього і внутрішнього середовищ.

Кредитна політика банку може бути консервативною (якщо частина кредитів у загальному обсязі робочих активів не перевищує 30 %), помірною (питома вага кредитів у загальному обсязі робочих активів становить 30-50 %), агресивною (частина кредитів перевищує 50 % загального обсягу робочих активів).

Отже, кредитна політика створює необхідні загальні передумови ефективної кредитної діяльності банку, знижує ймовірність помилок і прийняття нераціональних рішень. Роль кредитної політики полягає у визначенні пріоритетних напрямків розвитку і вдосконалення банківської діяльності в процесі акумуляції та інвестуванні кредитних ресурсів, підвищенні їх ефективності.

Список використаних джерел:

1. Золотарьова О. В. Концепція кредитної політики комерційного банку та можливості підвищення її ефективності / О. В. Золотарьова, Ю. В. Півняк, П. Ю. Мартиненко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Вип. 9. Частина 2. – 2014. – С. 108-112.
2. Баянт Г. Р. Теоретичні та практичні аспекти розроблення та реалізації кредитної політики банків / Г. Р. Баянт, Ю. М. Галіцейська // Вісник Мукачівського державного університету. – Вип. 11. – 2017. – С. 401-406.
3. Карбівничий І. В. Механізм формування та реалізації кредитної політики банку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / І. В. Карбівничий. – Суми, 2011. – 19 с.

МАРКЕТИНГ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Куліковська Олена Сергіївна

Науковий керівник: асист. Гелевачук З.Й.

Криворізький економічний інститут,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Україна

Запорукою успіху будь-якої фірми на ринку є вміння знайти і задовольнити потреби споживачів. Такий підхід до діяльності підприємства відображає сутність маркетингу як філософії бізнесу і передбачає орієнтацію його реальності на задоволення потреб споживачів, як єдину можливість досягти цілей, пов'язаних із прибутком, проникненням на нові ринки, розвитком господарюючого суб'єкта. Розвиток міжнародного маркетингу в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю – це суттєвий фактор підвищення ефективності господарської діяльності як на рівні окремих підприємницьких структур, так і в масштабах усієї країни. Дослідженням цих питань займаються ряд вітчизняних науковців, серед яких: Г.О. Андрусенко, П.С. Березівський, Ю.Е. Губені, М.Й. Малік, П.Т. Саблук, Р.А. Слав'юк, В.М. Трегобчук, М.М. Федоров, Ф.К. Шакіров та ін. Проте результати опрацювання їх наукового доробку показують, що залишаються невирішеними деякі теоретичні, методологічні і практичні питання в досліджуваній проблемі.

В умовах переходу до ринкової економіки одним з факторів ефективного функціонування господарюючих суб'єктів є вихід на міжнародні ринки. Підприємці можуть розраховувати на успішне ведення справ на зовнішніх ринках тільки при хорошому знанні світової кон'юнктури та володінні економічною ситуацією на міжнародних ринках.

Розширення зовнішньоекономічних зв'язків полягає в експорті та імпорті, міжнародних аукціонах і торгах, грошових інвестиції в закордонні підприємства і, нарешті, в існуванні світового ринку товарів і послуг. Все це передбачає необхідність міжнародного маркетингу – особливого комплексу заходів з реалізації товарів і послуг за межами своєї країни. Підприємства зустрічають сьогодні жорстоку конкурентну боротьбу. Щоб вижити в цій боротьбі і досягти успіху, необхідно використовувати можливості маркетингу. [1] Маркетинг зовнішньоекономічної діяльності можна визначити як систему планування, реалізації, контролю й аналізу заходів, спрямованих на багатонаціональне ринкове середовище і пристосування до його умов

підприємства, яке здійснює свою діяльність більш як в одній країні.. Міжнародний маркетинг набирає все більш глобального характеру.

Вихід на міжнародні ринки і розширення торгових відносин з зарубіжними країнами диктується різними потребами підприємства та причинами їх виникнення. В загальному їх можна звести до наступних [3]:

1. Розвиток внутрішнього ринку, при якому вигідно вкладати капітали за кордоном.

2. Активність зарубіжного конкурента і його успіхи на внутрішньому ринку змушують шукати власний ангажемент

3. Рішення проблеми залежності фірми від сезонних коливань попиту на внутрішньому ринку.

4. Підвищення ефективності збутової діяльності шляхом посилення ринкової конкуренції

5. Отримання доступу до ноу-хау, який є можливим за умови тривалого ангажементу на певних зарубіжних ринках

6. Забезпечення довгострокового успішного збуту і відповідно економічного зростання.

7. Зниження загального ризику шляхом віднесення його на більший обсяг продукції у штуках, частина якої виробляється в своїх зарубіжних фірмах.

Перш ніж прийняти рішення про вихід на міжнародні ринки, підприємство повинно розробити концепцію свого міжнародного маркетингу, а потім вже приступати до детального опрацювання питань міжнародного маркетингу. Підприємства, що займаються міжнародним маркетингом, повинні підходити до прийняття рішень послідовно і комплексно.[2] Для вихід на ринок необхідно розбиратися в міжнародному маркетинговому середовищі ,також підприємство повинне вирішити, який відсоток загального обсягу своїх продажів вона планує здійснити на зовнішніх ринках, і саме головне, потрібно знати на які конкретні ринки слід вийти. Підприємство повинно чітко уявляти, в якій мірі слід пристосовувати свої товари, стратегію стимулювання, ціни і канали розподілу до специфіки кожного зарубіжного ринку.

Виходячи с цього можна зробити висновок, що тенденції розвитку сучасного маркетингу в зовнішньоекономічній діяльності пов'язаний з динамічним розвитком світового господарства, конкуренцією товаровиробників на світовому ринку, з інтернаціоналізацією та інтеграцією суспільства. Зовнішньоекономічний маркетинг повинен забезпечувати розробку концепції для різних форм ринкової активності. Нерідко він орієнтується на збут продукції через різноманітні торгові фірми інших країн. Крім того, для нього також повинна бути характерна націленість на освоєння і обробку зарубіжних ринків на основі комерціалізації діяльності в інших державах.

Список використаних джерел:

1. Телетов О.С. Маркетингові дослідження: [навч. посіб.] / О.С. Телетов. – К.: Знання, 2010.
2. Барановська М.І. . Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях / Ю.Г. Козак, С.В. Смичек та ін. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. – К.: ЦУЛ, 2013.
3. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : [Навч. посіб.] / Н. М. Тюріна.- К.: Центр учбової літератури. – 2013

МАРКЕТИНГОВІ РИЗИКИ ПІД ЧАС ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Гугніна Валерія Іванівна

Науковій керівник: асист. Гелевачук З.Й.

Криворізький економічний інститут,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Україна

У ринковій економіці ризик є невід'ємним атрибутом господарювання. Невизначеність, особливо під час кризи, призводить до того, що уникнути ризику неможливо. Але це не означає, що слід шукати такі рішення, в яких завчасно відомий результат; вони, як правило, неефективні. В таких ситуаціях треба навчитися використовувати ризик, для подальшого існування підприємства, оцінювати його розміри та загрози, планувати заходи з його запобігання, коли вони не вигідні та не перевищувати допустимих меж.

Планування та реалізація будь-яких дій на підприємстві відбувається в умовах невизначеності, що породжується зміною внутрішнього та зовнішнього середовища. Досвід розвинутих країн показує, що ігнорування та недооцінка ризику при розробці тактики й стратегії маркетингу під час кризи, прийнятті конкретних рішень неминуче стримує розвиток суспільства, науково-технічного прогресу, прирікає економічну систему на застій [1, с. 44].

В останній час наукова та прикладна проблематика ризику під час кризи отримала розвиток в наукових розробках багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців: В. Вітільнського, А. Павленка, В. Геєць, Є. Вершигора, В. Бурлачков, М. Головнін, В. Кравченка, С. Ілляшенка тощо. Їхні праці присвячені дослідженню сутності ризику, визначенню факторів і причин їх виникнення, характеристик методів оцінки та управління окремими видами ризику під час фінансово-економічної кризи.

Загострення кризи в нашій країні, є складним процесом трансформації економічних відносин в Україні, що вимагає поглиблення теоретичних і практичних доробок щодо управління маркетинговими ризиками в таких випадках. Так як, існують певні термінологічні розбіжності у необхідності маркетингового ризику, недостатня кількість методичних підходів до класифікації маркетингових ризиків, виникнення даних видів ризику.

Маркетингова діяльність спрямована на визначення, аналіз і врахування факторів, які впливають на процеси виробництва продукції та її просування на ринку. В ході прийняття рішення про вибір стратегії і тактики розвитку, планування виробничо - збутової і фінансової діяльності практично неможливо з повною достовірністю стверджувати, що виконано аналіз всієї необхідної інформації, що враховані всі фактори, які мають вплив на розвиток кон'юнктури конкретних товарних ринків. З іншого боку стан ринкового середовища у своїй більшості не залежать від дій конкретного підприємства. З цих причин важливі маркетингові рішення приймаються на основі неповної, неточної та суперечливої інформації, тобто в умовах ризику. Отже, маркетингові ризики - це сукупність ризиків, що властиві маркетинговій сфері в діяльності компанії, тобто вони характеризуються імовірністю виникнення визначених подій та їх наслідків, що обмежує або робить неможливим досягнення цілей на окремих етапах маркетингової діяльності або цілком у сфері маркетингу [1, с. 72].

У рамках маркетингових досліджень можна виділити зовнішні і внутрішні ризики, об'єктивні і суб'єктивні. З числа зовнішніх можна звернути увагу на об'єктивний ризик високої динаміки факторів зовнішнього середовища. Він обумовлений тим, що до закінчення дослідження фактори можуть змінитися і результати не будуть відображати дійсну ситуацію. До числа внутрішніх факторів можна віднести наступні: ризик низької кваліфікації маркетологів-дослідників; ризик недостатності ресурсів для проведення дослідження; ризик часу, тобто затягування часу дослідження; ризик впливу замовника [2].

Система маркетингових ризиків складається з наступних підсистем: організаційного ризику, закупівельного ризику, цінового ризику, збутового й ризику взаємодії з маркетинговим середовищем.

В умовах об'єктивного існування ризику й пов'язаних з ним всіх видів втрат виникає потреба механізмі, який дозволив би найкращим з можливих способів з погляду поставлених підприємством цілей урахувати ризик при прийнятті й реалізації рішень. Таким механізмом є управління ризиком [3].

Вплив кризи на маркетинг прийнято однозначно вважати негативним. Але парадоксальною є можливість розглянути кризу як

позитивний чинник для прогресу маркетингу. Тому особливу увагу планування маркетингових ризиків слід приділяти, коли економіка не стабільна, а попит знижується та зацікавити людей для покупки тяжче звичайними методами.

Приводячи маркетингові дослідження необхідно уточнити, що саме приваблює споживачів в умовах кризової ситуації: низькі ціни, висока якість продуктів, їх широкий асортимент, рівень обслуговування (витрати часу на обслуговування, придбання покупки; зручний графік роботи; зручне розташування магазину, сервісної організації тощо) [2].

Оцінюється купівельна спроможність організацій і населення. Отримані оцінки допомагають скорегувати використання окремих інструментів маркетингу. Зокрема, в умовах кризи має місце переорієнтація споживачів на придбання більш дешевих продуктів. Більше покупок виробляється в дідскаунтерах, на оптових ринках, спостерігається відмова від більш дорогих продуктів, меншим, наприклад, стає споживання м'ясних продуктів, спостерігається заміна послуг ресторанів на відвідування точок швидкого харчування, інші прояви впливу кризи на споживчі переваги.

Компаніям буде вигідно переходити на економічні упаковки - або менші за розміром, або більші, але дешевше. Провидити акції та знижки на свою продукцію (послугу).

Під час кризи збільшується ступінь заборгованості людей, і це теж впливає на попит. У кризу люди концентруються на базових цінностях - родині. Тому якщо продаєте щось, пов'язане з жінками та дітьми, то шанси на продаж збільшаться.

У багатьох організаціях почнеться звільнення, проте криза може навчити компанію робити швидко. І встановити жорсткий контроль над всіма витратами. У кризу як ніколи важлива інформаційна відкритість, тому комунікувати з вашими співробітниками і постачальниками доведеться частіше. Можливо, доведеться відмовитися від частини колишніх постачальників, що поставляли за завищеними цінами.

Оскільки розвиток кризи у виробника може вдарити по постачальникам, слід просити їх на певних умовах про тимчасові постачання за зниженими цінами, про відстрочку оплати поставок. Крім того, можлива горизонтальна інтеграція закупівель з іншими підприємствами, навіть з конкурентами, для збільшення обсягів замовлення і зниження вартості закупівель. Можливе укладання контрактів на роботу з давальницькою сировиною [2].

Криза несе негативні наслідки, проте, стимулює психологічну готовність керівників багатьох підприємств переходити на нові нестандартні для України методики роботи, що, звичайно, буде сприяти появі нових можливостей для вирішення важливих стратегічних завдань. І подолати всі фінансові негаразди вдасться тим

гравцям ринку, які зуміють правильно розставити пріоритети і вміло використати ризики в своїй маркетинговій політиці під час кризи.

Список використаних джерел:

1. Павленко А. Ф. Маркетинг: підручник. / Павленко А. Ф., Войчак А. В. — К.:КНЕУ, 2003. — 246 с.
2. Об'єктивні маркетингові ризики [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://megapredmet.ru/2-3769.html>.
3. Кравченко В. Сучасні стандарти ризик-менеджменту: основа дієвої системи управління маркетинговими ризиками / В. Кравченко // Маркетинг в Україні. – 2007 – с. 36–37.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ІНТЕРНЕТІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕВАГИ

Алієва Лейла Юсіф кизи

Науковий керівник: асист. Гелевачук З.Й.

Криворізький економічний інститут ДВНЗ

«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Україна

На сьогодні інтернет є однією з найважливіших місць для проведення маркетингових досліджень. В перш за все через велику кількість користувачів мережі інтернет. Майже всі компанії користуються інтернетом. Маркетингові дослідження надають можливість багатьом компаніям досягати успіху, підвищувати конкурентоздатність та максимізувати прибутки через надання важливої інформації для прийняття рішень, починаючи з виявлення незайнятих ринкових ніш і закінчуючи вимірюванням рівня задоволеності споживачів для планування ефективних кампаній просування.

Одним з необхідних початкових етапів є проведення маркетингових досліджень, метою яких є аналіз конкурентів і придатності продуктів фірми для продажу в мережі. [1, с. 244].

Маркетингові дослідження в інтернеті: опитування, інтерв'ю, та фокус-група. Опитування є одним з найпопулярніших методів маркетингового дослідження в інтернеті. Інтернет-опитування можуть бути створені і проведені практично будь-який компанією з найрізноманітніших тем. Проведення інтернет-опитування – це послідовність дій, що включають в себе ряд етапів[2, с. 103]. Початковим етапом є розробка інтерактивної анкети з декількома

питаннями і варіантами відповідей. Далі анкета розташовується на сторінках сайтів і порталів з найбільшою відвідуваністю. Тематика сайтів, на яких розташовується форма, як правило, відповідає темі проведеного опитування. На наступному етапі відвідувачі сайтів, які бажають взяти участь в опитуванні, можуть з легкістю вибрати варіанти відповідей і натисненням однієї кнопки зберегти їх і відправити організатору опитування. Після цього ініціатору інтернет-опитування необхідно узагальнити всі відповіді і проаналізувати їх.

Онлайн-фокус групи користуються сьогодні дуже великою популярністю. Через інтернет простіше знайти потрібну категорію людей з певною кількістю характеристик, крім того, їх простіше склякати - нікому не потрібно збиратися в певному місці. Також, як зазначають деякі дослідники, онлайн фокус-групи, як правило, проходять психологічно «вільніше», так як людям набагато комфортніше перебувати на своєму місці. Їх відповіді і думки виходять більш відвертими, а вплив членів групи один на одного значно менше, ніж в традиційній фокус-групі. Також ця форма часто використовується в письмовому форматі - коли модератор задає групі питання, і кожен з її членів надсилає свою відповідь. Однак, мінуси онлайн фокус-груп в тому, що модератору набагато складніше відстежити справжні мотиви учасників. Крім того, форма «онлайн» придатна лише в тому випадку, коли мова заходить про якісь нематеріальних об'єктах дослідження - бренд, логотип, слоган і т. д. Інтернет групи майже не приносять користі, якщо мова йде про тестування чого-небудь - продукту, упаковки та іншого, коли людям необхідно «вручну» протестувати продукт.

Маркетингові дослідження в інтернеті мають ряд переваг і недоліків[3, с. 531].

Серед позитивних рис можна виділити: географічна віддаленість респондентів (можна опитати велику кількість людей); вартість досліджень (онлайн-опитування або фокус-групи можуть істотно заощадити фінанси компанії); швидкість (простий опитування респондентів в традиційному вигляді може зайняти набагато більше часу, ніж онлайн опитування, до того ж швидкість обробки і аналізу отриманих даних в інтернет-дослідженнях як правило, швидше, ніж в традиційних); уявна анонімність (навіть надавши повні дані про себе, людина, згідно з дослідженнями вчених соціологів, відчуває себе більш вільно, працюючи через інтернет, тобто коли його не бачать).

Серед недоліків: непрезентативність (це головний недолік інтернет-досліджень, який відзначають соціологи в усьому світі - не завжди можливо відстежити, хто дійсно відповідає на питання, чи правильно вони вказують свій вік, стать.); складність захопити увагу респондента (анкети, опитування та інше вимагають більшої винахідливості в

складанні питань, таким чином, щоб людина могла зацікавитися, і при цьому, в стислий термін зміг видати необхідну інформацію); специфічна тематика (для проведення маркетингових досліджень в інтернеті, потрібно бути повністю впевненим, що цільова аудиторія абсолютно точно їм користується). До числа недоліків опитувань через інтернет належать збільшення вірогідності незавершеності інтерв'ю і менші можливості стимулювання респондента до відповідей, відносно високі витрати, обумовлені придбанням спеціалізованих програмних продуктів, наявність загроз з боку комп'ютерних вірусів тощо.

Список використаних джерел:

1. Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу / І. В. Бойчук. – Київ: Центр учбової літератури, 2010. – 508 с.
2. Андреева О. Д. Технологія бізнесу: Інтернет-маркетинг / О. Д. Андреева. – М: Инфра-М-Норма, 2007. – 224 с.
3. Багієв Г. Л. Маркетинг в Інтернеті / Г. Л. Багієв, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – М: Економіка, 2008. – 718 с.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

к.е.н., доц. Пілявко Тетяна Миколаївна
к.е.н., доц. Глущенко Лариса Дмитрівна
Вінницький національний технічний університет
Україна

Проблема оцінювання результатів інноваційного розвитку підприємств постійно знаходиться в центрі уваги вчених-економістів та практиків, оскільки розробка і впровадження інновацій є обов'язковою умовою розвитку суб'єкта господарювання та підвищення його економічної ефективності.

Проведений аналіз наукової літератури [1, 2, 3, 4] показує відсутність єдиного підходу з окресленої проблематики, як в наукових колах, так і в практиці застосування єдиних підходів з оцінювання інноваційного розвитку промислового підприємства. Тому, при оцінці інноваційного розвитку підприємства, не зважаючи на різні методи проведення такого оцінювання, ключовими аспектами процедури оцінювання виступають – кінцевий результат, або, іншими словами, результативність, а також оцінювання ефективності від впровадження інноваційних процесів на промислових підприємствах.

Отже, для оцінки результатів інноваційного розвитку підприємства доцільно розробити методичний підхід, який базується на вимірюванні узагальнюючих показників:

- інноваційної активності підприємства;
- інноваційної сприйнятливості підприємства.

Для розрахунку кожного узагальнюючого показника доцільно використовувати певні показники, що характеризують особливості інноваційного розвитку підприємства.

Склад показників для розрахунку в необхідному та достатньому ступені визначає склад узагальнюючих показників інтегрального показника рівня інноваційного розвитку підприємства (рис. 1).

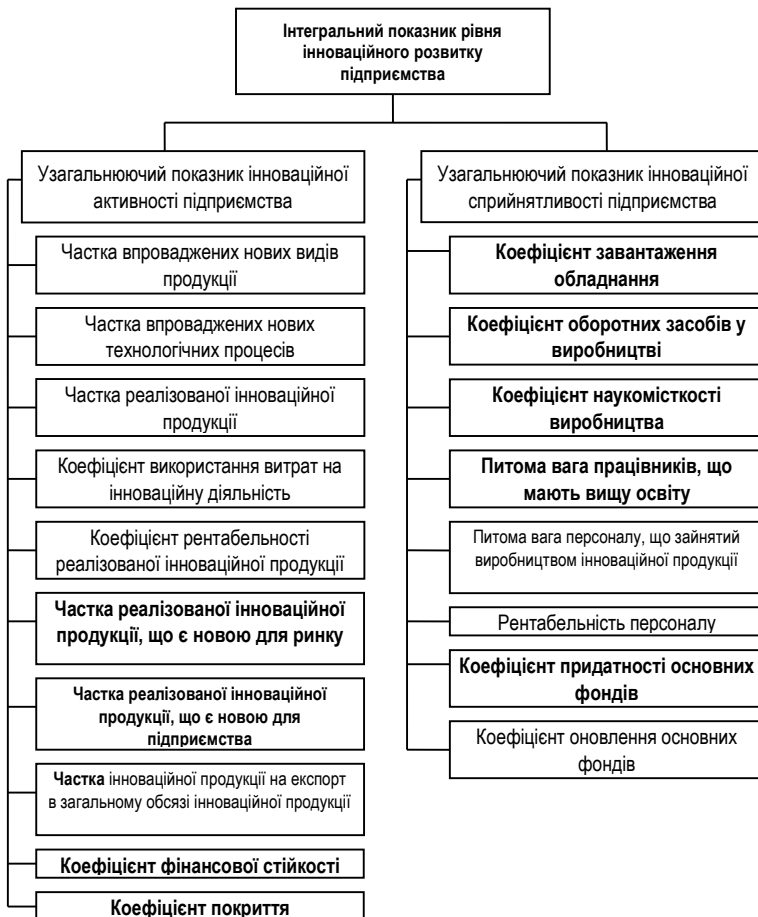


Рис. 1. Складові компоненти інтегрального показника рівня інноваційного розвитку підприємства

Узагальнюючий показник інноваційної активності підприємства можна визначити за формулою (1):

$$P_{IA} = \sum_{i=1}^{10} ПИА_i \cdot \alpha_i, \quad (1)$$

де P_{IA} – узагальнюючий показник інноваційної активності підприємства;

$ПИА_i$ – i -тий показник інноваційної активності підприємства

α_i – вага i -го показника інноваційної активності підприємства.

Узагальнюючий показник інноваційної сприйнятливості підприємства можна визначити за формулою (2):

$$P_{IC} = \sum_{j=1}^8 ПИС_j \cdot \beta_j, \quad (2)$$

де P_{IC} – узагальнюючий показник інноваційної сприйнятливості підприємства;

$ПИС_j$ – j -тий показник інноваційної сприйнятливості підприємства

β_j – вага j -го показника інноваційної сприйнятливості підприємства.

Сума ваг за кожним узагальнюючим показником дорівнює 1.

$$\sum_{i=1}^{10} \alpha_i = 1; \quad \sum_{j=1}^8 \beta_j = 1. \quad (3)$$

На основі досліджень наукової літератури та проведеного кореляційно-регресійного аналізу було виявлено значення ваг показників складових інтегрального показника рівня інноваційного розвитку підприємства.

В цілому, інтегральний показник рівня інноваційного розвитку підприємства можна визначити за допомогою формули (4):

$$P_{IP} = \sqrt{P_{IA} \cdot P_{IC}}, \quad (4)$$

де P_{IP} – інтегральний показник рівня інноваційного розвитку підприємства.

Інтегральний показник коливається в межах від 0 до 1.

Запропонований методичний підхід до оцінки результатів інноваційного розвитку підприємства шляхом побудови інтегрального показника рівня інноваційного розвитку, ґрунтується на вимірюванні групи узагальнюючих показників інноваційної активності та інноваційної сприйнятливості підприємства. Даний підхід може бути використаний та врахований при розробці інноваційної стратегії та

інноваційної програми розвитку підприємства з метою економічного обґрунтування конкретних управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Малюта Л. Я. Оцінювання рівня інноваційного розвитку промислового підприємства / Малюта Л.Я. // Соціально-економічні проблеми і держава [Електронний ресурс]. – 2011. – Вип. 1 (4). – Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11mlyrpp.pdf>.
2. Маслак О. І., Квятковська Л.А. Система оцінки показників інноваційного потенціалу промислового підприємства / О.І. Маслак, Л.А. Квятковська // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=298>.
3. Пілявоз Т.М. Методологічні підходи щодо оцінювання інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Т.М. Пілявоз. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1085>
4. Глущенко Л. Д. Методичний інструментарій комплексної характеристики стану та оперативного прогнозування інноваційної діяльності промислового підприємства / Глущенко Л.Д., Крупський Я. В. // Економічний простір: зб. наук. пр. / Придніпров. держ. акад. буд-ва та архіт. - Д. : ПДАБА, 2015. - Вип. 94. - С. 5 - 14.

МЕХАНІЗМ РОЗРАХУНКОВО-КАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В БАНКУ ТА ЗАХОДИ ЩОДО ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

Чичибабіна Дарина Георгіївна

Науковий керівник: д.е.н., проф. Заруцька О.П.

Університет митної справи та фінансів

Україна

На сучасному етапі досить актуальною є проблема вдосконалення розрахунково-касового обслуговування. Бо на даний момент банкам складно залучати кошти, причиною цього є кризові явища в економіці, недовіра населення до банківських установ. Тому для покращення структури портфеля банку необхідно впроваджувати ефективний менеджмент.

Сутність розрахунково-касових операцій - забезпечення руху копійчаних коштів згідно з дорученнями клієнтів на їх рахунку. Дані операції мають досить важливе значення, оскільки забезпечують успішний перебіг економічних процесів як на мікрорівні, так і на макрорівні [3, с.39].

Витрати на розрахунково-касове обслуговування - не дуже суттєва стаття витрат для бізнесу, проте якщо не замислюватися про її оптимізацію, вона може зайняти досить високу частку в загальних витратах, що відіб'ється на зниженні прибутку.

Важливим показником обсягів розрахункових операцій є кількість клієнтів і кількість відкритих рахунків (табл.1.).

Станом на 01.01.2018 року всього клієнтів налічувалось 61, 6 млн. осіб, з них фізичні особи - 59,5 млн. осіб, а суб'єкти господарської діяльності - 2, 1 млн. осіб, у тому числі 1,1 млн. ФОП. Відповідно усього рахунків відкрито на суму 108,9 млн. грн. Найбільшу питому вагу складають поточні рахунки в національній валюті суб'єктів господарської діяльності та фізичних осіб -75, 13% від загальної суми відкритих рахунків, відповідні вкладні рахунки - 14, 75%. Щодо рахунків в іноземній валюті, то поточні складають 8,54 %, а вкладні - лише 1,59% загальної суми відкритих рахунків.

Таблиця 1

Кількість рахунків в банках станом на 01.01.2018, шт

	01.01.2018			
	Поточні рахунки		Вкладні рахунки	
	Національна валюта	Іноземна валюта	Національна валюта	Іноземна валюта
Суб'єкти господарської діяльності	3,3	0,9	0,15	0,03
Фізичні особи	78,5	8,4	15,9	1,7

Побудовано на основі статистичних даних [4]

Серед банків за кількістю емітованих платіжних карток та ступенем розгалуженості інфраструктури їх обслуговування станом на 01.07.2017 року лідерами були ПАТ КБ "Приватбанк", АТ "Ощадбанк" та АТ "Райффайзен Банк Аваль".

На сучасному етапі дійсно відбувається розширення платіжної інфраструктури, а саме - збільшується кількість емітованих платіжних карток, терміналів та банківських пристроїв-самообслуговування.

Кількість платіжних карток в обігу станом на 01.01.2016 ПАТ КБ «ПриватБанк» мав 30 164 188 штук, а АТ «Ощадбанк» - 13 447 046, станом на 01.01.2017 кількість платіжних карток у ПАТ КБ «ПриватБанк» зменшилась на 589 236 шт., а в АТ «Ощадбанк» зменшення відбулось на 4 554 213 штук. Вже на 01.01.2018 кількість платіжних карток в обігу у ПАТ «Приватбанк» становила 29 451 413, а в АТ «Ощадбанк» - 9 510 437. Отже, ПАТ «ПриватБанк» має більшу частку емітованих карток на ринку, ніж АТ «Ощадбанк», а ще менш стрімке їх зменшення за 2015-2017 роки.

Щодо кількості банкоматів, то також лідером є ПАТ КБ «ПриватБанк», у якого станом на 01.01.2018 їх налічується 20 492 шт., а у АТ «Ощадбанк» - 2 549 шт. Можна підсумувати, що даний показник і у ПАТ КБ «ПриватБанк», і у АТ «Ощадбанк» зростає, але випереджуючі темпи спостерігаються все ж таки у лідера.

Розглянемо також облік комісійних доходів та комісійних витрат в АТ «Ощадбанк».



Рис. 1. Питома вага складових комісійних доходів АТ «Ощадбанк» за 2017 рік, %
Побудовано на основі статистичних даних [5]

На рис. 1 показано, що комісійні доходи від розрахунково-касового обслуговування на кінець 2017 року склали 60 % від загальної суми комісійних доходів. Але у 2015 та 2016 роках даний показник мав більшу питому вагу - 69 % та 63 % відповідно. Тобто незважаючи на те, що у 2017 році відбулося збільшення комісійних доходів за розрахунково-касовими операціями на 29%, їх питома вага зменшилась.

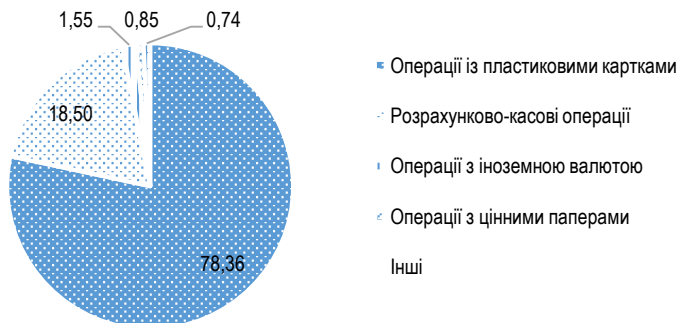


Рис. 2. Питома вага складових комісійних витрат АТ «Ощадбанк» за 2016 рік, %
Побудовано на основі статистичних даних [5]

Комісійні витрати з розрахунково-касових операцій склали за 2017 рік лише 19 % від загальної суми комісійних витрат (рис.2), але їх питома вага мала тенденцію до зниження, оскільки у 2015 році даний показник був на рівні 42 %, а в 2016 році - 26 %. Але в 2017 році все ж таки відбулося зростання комісійних витрат з розрахунково-касового обслуговування на 13 %.

Тобто за проведеним аналізом можна стверджувати, що АТ «Ощадбанк» має активну позицію у сфері розрахунково-касового обслуговування, залучає все більше клієнтів, оскільки їх рахунки мають тенденцію до збільшення з кожним роком. Також АТ «Ощадбанк» має більше комісійних доходів саме від розрахунково-касового обслуговування, але питома вага даного показника з кожним роком зменшується, але при цьому і комісійні витрати з розрахунково-касового обслуговування знижуються.

Проаналізуємо комісійні доходи та комісійні витрати ПАТ КБ «ПриватБанк» за 2015-2017 роки.

Комісійні доходи від розрахункових операцій на кінець 2017 року склали 63 % від загальної суми комісійних доходів (рис.3). Але у 2015 та 2016 роках даний показник мав більшу питому вагу - 66 % та 67 % відповідно.

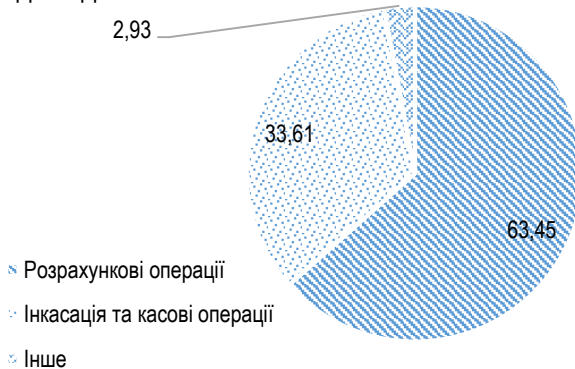


Рис. 3. Питома вага складових комісійних доходів ПАТ КБ «ПриватБанк» за 2017 рік, %

Побудовано на основі статистичних даних [6]

Тобто незважаючи на те, що у 2017 році відбулося збільшення комісійних доходів від розрахункових операцій на 43%, їх питома вага зменшилась.

Комісійні витрати з розрахунково-касових операцій склали за 2017 рік 99,8 % від загальної суми комісійних витрат (рис.4).

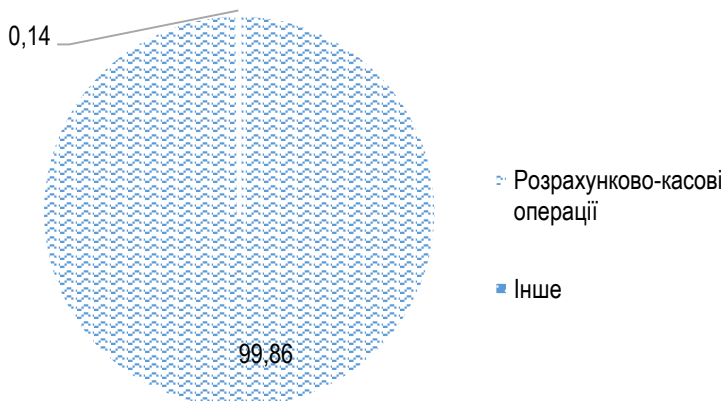


Рис. 4. **Питома вага складових комісійних витрат ПАТ КБ «ПриватБанк» за 2017 рік, %**

Побудовано на основі статистичних даних [6]

При цьому відповідно зростають і самі суми комісійних витрат від даних операцій: у 2017 році вони зросли на 34 % порівняно із 2016 роком, а у 2016 році - на 58 % порівняно із 2015 роком.

Тобто можна стверджувати, що ПАТ КБ «ПриватБанк» має більше комісійних доходів з розрахунково-касового обслуговування - 97 %, але доходи від розрахункових операцій знижуються, а доходи від інкасації та касових операцій зростають. При цьому комісійні витрати від розрахунково-касового обслуговування складають майже 100%.

У ПАТ КБ «ПриватБанк» за 2017 рік непроцентна маржа склала 8 160 млн. грн., що на 6 036 млн. грн. більше, ніж у АТ «Ощадбанк» за даний період.

Порівнявши два банки, ПАТ КБ «ПриватБанк» та АТ «Ощадбанк» можна зробити наступні висновки:

- за кількістю рахунків клієнтів лідером є ПАТ КБ «Приватбанк», оскільки на кінець 2017 року в АТ «Ощадбанк» налічувалось рахунків клієнтів на 145 586 млн. грн., а у ПАТ КБ «ПриватБанк» за відповідний період - 181 133 млн. грн;
- ПАТ КБ «Приватбанк» має більше комісійних доходів (10 061 млн. грн. у 2017 році), ніж АТ «Ощадбанк» (1 720 млн. грн. у 2017 році);
- непроцентна маржа є більшою у ПАТ КБ «ПриватБанк» (8 160 млн. грн. за 2017 рік).

Отже, обидва банки прагнуть збільшити кількість клієнтів, комісійні доходи від розрахунково-касових операцій, але ПАТ КБ «ПриватБанк» лідирує за даними показниками.

Основними проблемами розрахунково-касового обслуговування на сучасному етапі є частковість комплексного обслуговування,

недостатня захищеність грошових коштів клієнтів, недостатньо розвинута клієнтоорієнтованість персоналу банку та трудомісткість розрахунково-касових операцій [2, с.36-37].

Збільшення мережі філій та подовження часу обслуговування - це звичайні заходи, що дозволяють покращити якість обслуговування клієнта. Але на сучасному етапі дуже важливо використовувати нові технології задля удосконалення розрахунково-касового обслуговування [3, с.40].

По-перше, кожен клієнт потребує уваги, а відповідно індивідуального підходу. Тобто усі клієнти банку звичайно бажають, щоб банк сприяв їх підприємницькій діяльності, а не тільки забезпечував стандартне обслуговування.

По-друге, необхідно поєднувати індивідуальний підхід до клієнтів, основні затребувані продукти, а саме розрахунково-касове обслуговування, кредитування, депозитні пропозиції, нові способи надання даних послуг, що будуть заощаджувати час клієнтів та вартість банківських послуг.

По-третє, проведення маркетингового аналізу потреб клієнтів, а також запозичення досвіду провідних банків сприятиме комплексному обслуговуванню, оскільки дозволить визначити, що саме впливає на вибір клієнта.

По-четверте, недостатню клієнтоорієнтованість персоналу можна підвищити шляхом проведення бізнес-тренінгів. Це дуже важливий напрямок, бо кожен працівник відділу розрахунково-касового обслуговування є обличчям банку.

По-п'яте, зниження трудомісткості та вартості операцій можливе за рахунок використання сучасних ІТ-технологій, постійної модернізації програмного забезпечення.

По-шосте, необхідно застосовувати технології обробки документообігу для переведення паперових документів в електронні максимально швидко та зручно

По-сьоме, кожний банк повинен розробляти свою фінансову політику таким чином, щоб передбачалися вкладення в розвиток ІТ-технологій, посилення інформаційної безпеки.

По-восьме, застосування та вдосконалення операцій через Інтернет, термінали, по телефону, розвиток корпоративних карт тощо дозволить реалізувати потреби клієнта в мобільності та швидкості обслуговування [1].

Недосконалість розрахунково-касового обслуговування в Україні зумовлює необхідність його покращення. Для того, щоб банківські установи могли покращити свій імідж, відновити довіру населення, в першу чергу, слід виконати наступні завдання: застосовувати інноваційні мережні рішення (інтернет-еквайринг) з метою

прискорення фінансово-господарських операцій клієнтів, повністю впроваджувати систему Private-Banking, нові підходи до сегментації клієнтів задля нових комплексних рішень, що стосуються обслуговування VIP-персон; використовувати системи інтернет-банкінгу для забезпечення повної автоматизації всіх електронних операцій, розробляти нові депозитні рішення, впроваджувати хеджування валютних ризиків, депозитів, що індексуються, застосовувати систему повноцінних мультивалютних вкладів з метою забезпечення прибутку клієнтів від курсових різниць, емітувати «привілейовані» пластикові картки World Signia та Visa Infinite із повноцінним пакетом послуг, що в свою чергу дасть можливість підвищити привабливість банку для найбільш заможних громадян України.

Саме через реалізацію даних завдань можна удосконалити сучасний стан розрахунково-касового обслуговування, а також підтримувати фінансову стійкість та прибутковість банківських установ в Україні.

Список використаних джерел:

1. Блащук Ю. Віртуальні банки та електронний банкінг: загрози чи нові можливості [Електронний ресурс] / Блащук Ю. – Режим доступу : www.mistobank.com.ua.
2. Головка С.І. Шляхи підвищення ефективності розрахунково-касових послуг комерційного банку // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – №20. – с. 35-37
3. Криницька О. Цілодобовий контроль. Дистанційне управління банківським рахунком / Криницька О. // Консалтинг в Україні. – 2015. – № 1–2 (42–43). – С. 39–41.
4. Офіційне Інтернет-представництво Національного банку України [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу: <https://www.bank.gov.ua/control/uk/index>.
5. Річний звіт АТ «Ощадбанк» за 2017 рік [Електронний ресурс] / АТ «Ощадбанк». – Режим доступу: https://www.oschadbank.ua/upload/iblock/483/SSBU_16fsu_separate.pdf.
6. Річний звіт ПАТ КБ «ПриватБанк» за 2017 рік [Електронний ресурс] / ПАТ КБ «ПриватБанк». – Режим доступу: https://static.privatbank.ua/files/acpbua/Separate%20UKR_PB%202016.pdf

МОДЕЛІ ДИНАМІЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ В ДОСЛІДЖЕННІ ВПЛИВУ ЛІКВІДАЦІЙНОЇ ВАРТОСТІ ОБЛАДНАННЯ НА ТЕРМІН ЕКСПЛУАТАЦІЇ

Мягков Олександр Сергійович, Воеводський Герман Юрійович

Науковий керівник: доц. Рудянова Т.М.
Університет митної справи та фінансів
Україна

Метою дослідження є пошук залежності терміну експлуатації обладнання від його ліквідаційної вартості у проміжку часу інтервалом 5 років.

На підставі статистичних даних ПАТ «ДНІПРОАЗОТ», які наведені у таблиці 1, знайдемо оптимальний термін експлуатації обладнання вартістю $C_n=80$ тис. дол. Його річний прибуток, щорічні експлуатаційні затрати та ліквідаційна вартість зазначені у таблиці знизу.

Таблиця 1

Річний прибуток, щорічні експлуатаційні затрати та ліквідаційна вартість ПАТ «ДНІПРОАЗОТ»

t	0	1	2	3	4	5
$R(t)$	140	120	115	115	100	90
$C(t)$	30	35	35	50	65	70
$S(t)$		45	40	30	20	10

У таблиці: t – роки, $R(t)$ – річний прибуток, $C(t)$ – щорічні експлуатаційні затрати, $S(t)$ – ліквідаційна вартість обладнання, $f_n(y_n)$ – умовний максимум.

Основою методу розв'язання задач динамічного програмування є принцип оптимальності Р. Беллмана, сутність якого полягає в тому, що розв'язок має особливу властивість, яка ґрунтується на тому, що у якій би позиції не знаходилась система $f_n(y_n)$ для максимізації прибутку на наступних етапах потрібно вибирати управління $f_n(y_n) + 1$ на найближчому етапі таким чином, щоб воно разом з оптимальним управлінням приводило до зазначеної максимізації прибутку [1].

Отримано такі розрахунки й значення для п'ятого етапу за допомогою формули (1):

$$f_n(y_n) = \max x_n \in (C, 3) \begin{cases} R(y_n) - C(y_n) \text{ при } x_n = \text{стар.}, \\ R(0) - C(0) - C_n + S_{(yi)} \text{ при } x_n = \text{нов.} \end{cases} \quad (1)$$

$$f_5(y_5) = \max x_5 \in (C, 3) \begin{cases} R(y_5) - C(y_5) \text{ при } x_5 = \text{стар.}, \\ R(0) - C(0) - C_n + S_{(yi)} \text{ при } x_5 = \text{нов.} \end{cases}$$

Етап 5

y_5	$R(y_5) - C(y_5)$	$R(0) - C(0) - C_H + S_{(y_t)}$	Опт. Рішення	
	x_5 – старе	x_5 – нове	$f_5(y_5)$	x_5^*
1	85	75	85	С
2	80	70	80	С
3	65	60	65	С
4	35	50	50	Н
5	20	40	40	Н

Етапи 4 –2 були розраховані за формулою (1).

Після підрахунків попередніх етапів знаходимо результати першого етапу:

Етап 1

y_1	x_1 - старе	x_1 - нове	Опт. Рішення.	
1	395	395	395	С,Н

Виходячи з отриманих результатів робимо висновок, що максимальний прибуток у зазначеному періоді часу становитиме 395 тис. дол. При встановленні нового обладнання (Н) на початку 2-го та 4-го років та відповідно збереженні старого (С) у 1-му, 3-му та 5-му роках., що схематично може бути записано таким чином:

$$t_1 \rightarrow (C) \rightarrow t_2 \rightarrow (H) \rightarrow t_3 \rightarrow (C) \rightarrow t_4 \rightarrow (H) \rightarrow t_5 \rightarrow (C)$$

Для порівняння з попереднім прикладом розглянемо ситуацію, коли ліквідаційну вартість обладнання буде збільшена у на 16,5 відсотків, тобто буде збільшена на 30 тис. дол. у кожному році (дані наведені у таблиці 2).

Таблиця 2

t	0	1	2	3	4	5
$R(t)$	140	120	115	115	100	90
$C(t)$	30	35	35	50	65	70
$S(t)$		75	70	60	50	40

Проводячи аналогічні дії знаходимо відповідно 5-й та 1-й етапи за допомогою формули (1). Отримано:

Етап 5

y_5	$R(y_5) - C(y_5)$	$R(0) - C(0) - C_H + S_{(y_t)}$	Опт. Рішення	
	x_5 – нове	x_5 – нове	$f_5(y_5)$	x_5^*
1	85	105	105	Н
2	80	100	100	Н
3	65	90	90	Н

4	35	80	80	Н
5	20	70	70	Н

Етап 1

y_1	x_1 - старе	x_1 - нове	Опт. рішення.	
1	500	525	525	Н

Таким чином з максимальний прибуток буде складати 525 тис. дол. при встановленні нового обладнання (Н) на початку кожного с 5-ти років, що може бути відображено такою схемою:

$$t_1 \rightarrow (Н) \rightarrow t_2 \rightarrow (Н) \rightarrow t_3 \rightarrow (Н) \rightarrow t_4 \rightarrow (Н) \rightarrow t_5 \rightarrow (Н)$$

Провівши порівняльний аналіз цих двох задачі з різною ліквідаційною вартістю обладнання доходимо висновку:

- ліквідаційна вартість є важливою змінною при постановці питання щодо заміни обладнання для максимізації прибутку на підприємстві.;
- ліквідаційна вартість має прямий вплив на оптимальний термін заміни обладнання;
- керівництво підприємства має враховувати фактор ліквідаційної вартості під час розрахунку оптимального плану щодо заміни обладнання на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Рудянова Т.М. Економіко-математичні методи та моделі (оптимізаційні методи та моделі): Навч.-метод. посібник для студентів економічних спеціальностей / Т.М. Рудянова. – Дніпропетровськ. : ДДФА, 2010. – 218 с.

МОДЕЛІ ПОВЕДІНКИ В ОРГАНІЗАЦІЇ: РІВНІ, СТРУКТУРА, ПРОЯВИ

асист. Гакова Міра Володимирівна

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
Україна*

З середини ХХ століття відбувається перегляд ролі людських ресурсів, що сприяє розробці таких теоретичних підходів, які змогли б пояснити вплив поведінки людей і груп в організації як в соціально-економічній системі. На сьогодні актуальною проблемою є навчитися

управляти поведінкою персоналу, тому що поведінка людини - єдиний об'єктивний показник його моральних якостей, в тому числі мотивів.

На працівника організації, що представляє собою унікальну єдність професійних і особистісних якостей, впливають різноманітні фактори, що формують поведінку, ці чинники носять характер контекстуальності, тобто відображають специфіку конкретної організації і всього, що з нею пов'язано [1, с.108].

На погляд автора, поняття «поведінка» персоналу багатогранне і для цілісного уявлення має в науковій літературі багато типологізацій за формами, але всі форми прояву поведінки мають смисловий зв'язок тільки по відношенню до цілісного усвідомлення поведінки і проявляються як правило в залежності від тієї чи іншої ситуації в різних формах, тобто в цілісній формі поведінки в організації.

Тому, на думку автора поведінка персоналу - це процес послідовних і супідрядних дій, актів, операцій, рухів та ін., основою якого є комплекс формальних установок і неформальних аспектів для індивідів, груп в процесі діяльності підприємства (організації), яке визначається здатністю змінюватися під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів.

Сучасні умови діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства пов'язані з нестабільним зовнішнім середовищем, що обумовлює необхідність розроблення нових підходів до управління персоналом, зокрема, його поведінкою. Керівниками підприємств усвідомлюється той факт, що основним головним ресурсом організації є люди, тому ефективність управління персоналом забезпечує формування їх конкурентних переваг на ринку.

Для управління поведінкою персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства, автор виділяє наступні три рівня поведінки для управлінського впливу (рис.1):

- формальний
- сутнісний
- прихований

Для впливу на поведінку персоналу необхідно розуміння системи на рівні управлінського впливу.

Тому, з точки зору управління підприємствами, так і з точки зору управління українським господарством, необхідне дослідження нових сучасних напрямів, а саме з точки зору моделей організаційної поведінки.

Наведені базові моделі (табл.1) лягли в основу формування чотирьох парадигм організаційної поведінки: авторитарної, що опікає, що підтримує і колегіальної. Основні риси зазначених моделей, згруповані відповідно до підходом Дж.Ньюстрома, К.Дейвіса [2, с.115].

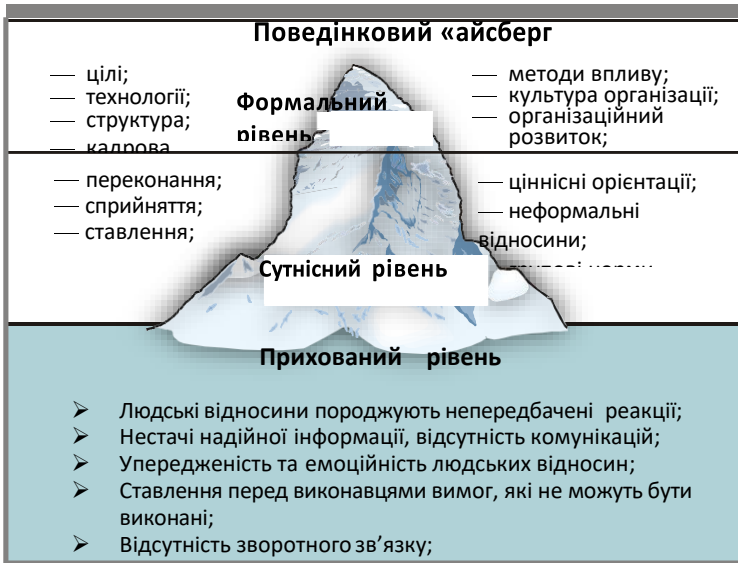


Рис. 1. Рівні поведінки для управлінського впливу
[Авторська розробка]

Таблиця 1

Моделі організаційної поведінки

Показник	Моделі			
	авторитарна	опікуюча	підтримуюча	колегіальна
1	2	3	4	5
Базис моделі	Влада	Економічні ресурси	Керівництво	Партнерство
Орієнтація керівництва	Повноваження	Гроші	Підтримка	Робота у команді
Орієнтація працівників	Підпорядкування	Безпека та пільги	Виконання робочих завдань	Відповідальна поведінка
Результат для робітника	Залежність від керівництва	Залежність від організації	Участь в керівництві	Самодисципліна
Задоволення потреб працівника	Фізіологічних, безпеки	У безпеці	Статус та визнання	Самореалізація
Участь працівників в трудовому процесі	Мінімальне	Пасивне	Стимули, які спонукають	Помірний ентузіазм

Системи організаційної поведінки існують в кожній організації, їх типи і моделі різноманітні. Дж. Ньюстрем і К. Девіс зазначають, що в межах однієї організації в різних підрозділах, відділах, філіях моделі організаційної поведінки можуть відрізнятися, тобто на одному і тому ж підприємстві зустрічається декілька моделей організаційної поведінки.

Моделі поведінки в організації не є статичними і змінюються відповідно до потреб часу, тому автором була висунута гіпотеза, яка передбачає, що в рамках однієї моделі, незважаючи на домінуючу складову типових для неї факторів, присутні елементи інших моделей, які впливають на ідентифікацію домінуючої моделі. Це поєднання автор трактує як прояв «химерної» моделі поведінки. Визначення прояву «химерної» моделі поведінки обумовлюється автором, як властивість поєднувати антагоністичні за своєю суттю складові різних поведінкових моделей в контексті домінуючої моделі, внаслідок чого модифікація поведінкових реакцій виражається в невизначених або непередбачуваних поведінкових подіях, які впливають на середовище суб'єктів взаємодії.

Розуміння менеджерами підприємств суті, значення та ефективності моделей управління поведінкою, якими вони керуються має надзвичайно важливе значення.

Домінуючими в мисленні керівництва є система переконань, які визначають дії менеджменту кожного підприємства.

Американський дослідник в області менеджменту Генрі Мінцберг зазначав: «Організації прагнуть до формалізації поведінки співробітників з тим, щоб знизити його варіативність, а в кінцевому рахунку - щоб прогнозувати його і керувати ним. Єдина основна причина формалізації - необхідність координації дій» [3].

На думку вчених Ю.В. Морозюк, С.Н. Морозюк, поведінка - це, перш за все, зміна. Але не всяка зміна - поведінка. Поведінка, на відміну від неорганізованого руху, характеризується тим, що закінчується у вигляді деякого результату, який був заданий інформаційно ще до початку руху. Ця інформація задає результат у вигляді мети та є головною ознакою поведінки. З досягненням, поведінка або припиняється, або переходить в іншу поведінку. Якщо мети немає, то не можна говорити про поведінку, як таку. Поведінка завжди цілеспрямована [4].

Знання того, як влаштовано поведінку, робить можливим розуміння і управління нею, а також полегшує щодо навчання певної поведінки. Управління поведінкою полягає, з одного боку, в прагненні викликати певну поведінку, надати йому якісь важливі для нас властивості і, з іншого боку, усунути небажану поведінку [4].

Структура поведінки складається з основних функціональних елементів , які представлено на (рис.2).



Рис. 2. Функціональні елементи поведінки

Таким чином, управління поведінкою персоналу враховує оперативні питання в області управління, задає напрямок розвитку і еволюції підприємств з тим, щоб можна було уникнути майбутніх проблем, та є інструментом в руках менеджера, за допомогою якого можливо істотно впливати на результативність функціонування поведінки персоналу підприємств.

Список використаних джерел:

1. Магура М. И. Чем, кроме денег, можно мотивировать персонал? / Магура М. И. - Служба кадров и персонал- N 5 -2006-с.108
2. Ньюстром Дж. В. Организационное поведение /Дж. В. Ньюстром, К. Дэвис ; пер. с англ.под ред. Ю. Н. Каптуревского. – С.Пб. : Питер,2000. – 448 с.
3. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации– СПб.: Питер, 2004. – 512 с.
4. Морозюк Ю.В., Морозюк С.Н. Феномен управления организационным поведением и саногенный менеджмент / Морозюк Ю.В., Морозюк С.Н.- Вестник Финансовой Академии- Вып.6: Проблемы и суждения – М.,-2010-с.59-64

НЕМАТЕРІАЛЬНА МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ КОМПАНІЇ (НА ПРИКЛАДІ НАВЧАЛЬНОГО ЦЕНТРУ - IT EDUCATION ACADEMY)

Манзик Жанна Василівна, Малик Ірина Петрівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Малик І.П.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Україна

Метою статті є дослідження дієвих засобів нематеріальної мотивації в малому колективі та формування дієвих методик мотивації для компанії IT Education Academy.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пошукам ефективних методів мотивації персоналу (як матеріальної, так і нематеріальної) науковці приділяли значну увагу. Серед видатних діячів є П. Друкер [1, с. 288], М. Портер, Дж. Уелч, Т. Пітерс, С. Іванова. Вивченню систем мотивації та оцінки ефективності роботи персоналу присвячені праці Ф. Херцберга, Л. Портера, Е. Лоулера, С. Адамса. Проблема підвищення ефективності роботи персоналу способами матеріальною та нематеріальною мотивації присвячені роботи В.Н. Гріневої [2, с. 189], Н.Н. Опаріної, М.І. Книш [3, с. 239], В.А. Винокурова [4, . 160].

Всі вчені прийшли до загального висновку про необхідність використання мотиваційного механізму на підприємствах, проте єдиного підходу, який би став універсальним та бюджетним для будь-якої організації так і не знайшли.

Тим не менш на сьогоднішній день невирішеною залишається така частина проблеми, як правильно мотивувати персонал при мінімальних затратах для бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Для того аби співробітники компанії якісно виконували свої обов'язки, використовуються різноманітні способи їх мотивації.

Під мотивацією розуміємо систему стимулів, котрі спонукають людину до виконання дій. Мотивація є динамічним процесом фізіологічної природи, який керує психікою особистості і проявляється на емоційному та поведінковому рівнях.

Мотивація персоналу буває двох видів: матеріальна та нематеріальна.

Матеріальна сторона мотивації передбачає виплату персоналу компанії матеріальної винагороди високі досягнення. Нематеріальна сторона мотивації означає, що використовуються різні нематеріальні методи подяки персоналу (рис. 1).

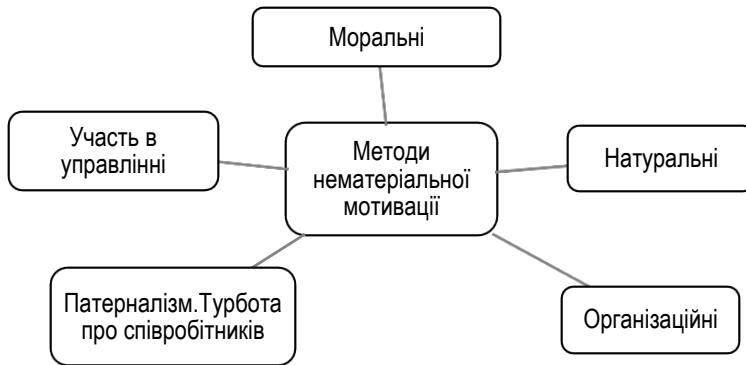


Рис. 1. Основні методи нематеріальної мотивації персоналу

Джерело: [1].

Натуральні методи. До цієї категорії відносяться матеріальні негрошові стимули.

Наприклад, підприємство може надавати своїм співробітникам право використання наявних матеріальних благ в особистих цілях.

Наприклад:

- використання ноутбука як на роботі, так і будинку для особистих цілей;
- використання наявної в компанії інфраструктури (помешкання, закриті приміщення та інше);
- надання на певний час службового транспорту.

Все обмежується лише можливостями організації та адекватністю запрошень співробітника.

До моральних методів нематеріальної мотивації відносять: подяки, грамоти, листи подяки, дошки подяки, звання, публікація в газеті (місцевій або корпоративній), і т. д.

Особливість їх застосування в тому, що досить швидко відбувається звикання до таких способів стимулювання.

Патерналізм або турбота про співробітників. Даний метод нематеріальної мотивації фактично присутній в арсеналі управління багатьох керівників. Однак даний метод має багато мінусів, якими перекиває всі потенційні можливості від його застосування.

Мінусами використання даного методу є наступні фактори:

- у великих колективах складно проводити єдину політику патерналізму, у кожного керівника різні підходи;
- потрібно довго вибудовувати таку систему, не менше 5 - 7 років для

впровадження такого підходу;

- при зміні керівника система «розсипається» - ставлення співробітників до інших керівників буде іншим.

Участь в управлінні. Цей вид нематеріальної мотивації полягає в тому, що керівник залучає своїх підлеглих або колег до участі в управлінських рішеннях. На практиці керівник при прийнятті важливих управлінських рішень попередньо запитує думку найбільш досвідчених, кваліфікованих співробітників, дозволяючи їм говорити свої ідеї.

Як мінімум, хороший керівник зможе отримати додаткову інформацію, необхідну для прийняття рішення. Цей спосіб мотивації необхідно використовувати перед тим, як в компанії або на робочій ділянці мають бути або назрівають серйозні зміни в роботі. Таке обговорення, обмін думками допомагає послабити опір змінам в колективі або серед окремих співробітників. Також відкрите обговорення проблеми є необхідною умовою залучення співробітників до процесу її рішення. Найважливішим і необхідною умовою ефективності застосування є повне і своєчасне інформування співробітників про стан справ в організації.

За допомогою організаційних стимулів співробітникам створюються найбільш зручні умови роботи. Прикладами організаційних методів нематеріальної мотивації є:

- індивідуальний графік роботи (плаваючий, вільне відвідування);
- можливість працювати поза розташуванням компанії, в тому числі і вдома;
- надання кращих робочих інструментів;
- більш зручне розташування робочого місця (аж до окремого кабінету) [5. с. 102-107].

На основі даних теоретичних підходів нематеріальної мотивації проаналізуємо поточну ситуацію в IT Education Academy та знайдемо шляхи покращення.

IT Education Academy (ITEA) - міжнародний освітній центр, який готує спеціалістів-практиків IT сфери через авторизоване вендорське навчання та навчання за авторськими курсами. Компанія постійно адаптує систему навчання під постійно прогресивний ринок, тому найбільш актуальні знання, комплексні програми навчання, практичні вправи та сучасні ефективні методики навчання - основні переваги ITEA.

Компанія ITEA існує на ринку чотири роки. Так, як компанія швидко розвивається, постійно підбирає кадри, то необхідно пам'ятати про утримання кадрів і попередження плинності кадрів. До штату входять 53 особи (30 жінок, 23 чоловіків) [6].

Щодо основних моментів нематеріальної мотивації в IT Education Academy застосовуються наступні:

- наявність чаю та солодощів;
- періодичні корпоративи;
- привітання з днем народження від усього колективу та вручення подарунків;
- щотижневі мітинги, де обговорюється поточна ситуація та наступні кроки;
- заходи щодо велопогулянок та походів на байдарках.

Також важливу роль відіграють заходи, які сприяють розвитку співробітників.

Відвідування семінарів, навчальних програм і тренінгів. Всі працівники мають можливість за рахунок компанії відвідувати курси, семінари пов'язані з підвищенням кваліфікації, при цьому працівника може направити керівник або ж сам працівник вибравши певний курс і погодивши час і вартість даного навчання, може на нього піти.

Однак зовсім інакше виглядає ситуація щодо можливості відвідування додаткових навчальних програм, які не пов'язані безпосередньо з трудовими обов'язками працівника. Звичайно, для підприємства в цілому дане навчання працівників принесе додаткові фінансові витрати, але результат може перевершити очікування. Працівник відчує, що роботодавець готовий не тільки вимагати від нього, а й віддавати щось взамін.

В нематеріальній мотивації не вистачає:

- тимбілдінгів, командної роботи поза межами компанії, оскільки на сьогодні якщо вони і присутні, то дуже рідко. Співробітниками потрібно частіше збиратися, грати в настільні ігри, організовувати квести, тобто робити все те, що посприяє кращому пізнанню колеги і здружить;
- гнучкого графіку. В колективі є співробітники, в присутності яких немає гострої потреби. Вони можуть виконати роботу за декілька годин, а наступну частину дня валяти дурня, демотивуючи своєю поведінкою колег. Особливо це стосується спеціалістів, які створюють, генерують ідеї, креативлять. В такому випадку не варто тримати співробітника в стінах офісу. Гнучкий графік – це нетипова мотивація, яка підштовхує людину виконувати задачі швидше та ефективніше, аби отримати більше вільного часу;
- додаткових вихідних днів. Як віддячити співробітника за гарно виконану роботу, не використовуючи матеріальні кошти? Можна просто подарувати йому додатковий вихідний день зі збереженням заробітної плати. Це так звана нематеріальна мотивація в умовах

кризи;

- кар'єрного росту та майбутніх перспектив. Якщо компанія не зможе запропонувати можливість кар'єрного росту своїм співробітникам, то навряд чи до неї прийдуть якісні, перспективні та амбіційні кадри. Кар'єрне зростання не є стимулом, а скоріше це мотиваційний інструмент, завдяки якому співробітник зацікавлений в просуванні. Стимулом для нього є наступні цінні блага, які сприяють підвищенню: особистий кабінет, підлегли, висока заробітня плата, авторитет, признання [7, с. 48-51].

Висновки. Проведене дослідження дозволило визначити ефективні способи нематеріальної мотивації на прикладі компанії IT Education Academy. Варто зазначити, що ефективність наведених способів не може бути оцінена відразу і потребує деякого часу для аналізу та усвідомлення того, чи був досягнутий результат. Пропоновані способи мотивації дадуть можливість керівникам і головним спеціалістам успішно використовувати їх для вирішення задач щодо нематеріального стимулювання персоналу, який знаходиться в підпорядкуванні.

Дослідження нематеріальної мотивації на прикладі IT Education Academy показало, що в цілому компанія має як матеріальні, так і нематеріальні сучасні підходи до мотивування персоналу. Методи, які використовуються, дуже різні, але в силу гендерних, професійних, вікових чи інших причин, не для всіх вони дієві однаково.

Було запропоновано способи покращення матеріальної мотивації, зокрема, компанії варто звернути увагу на кар'єрне зростання, оскільки це було однією з головних причин плинності кадрів, коли працівники переростали позицію і їм не вистачало розвитку, можливості себе реалізувати. Також потребує посилення командна робота, з метою покращення комунікації як у відділах так і між ними. За умови дотримання цих рекомендацій можливе скорочення плинності кадрів компанії до мінімуму та покращити рівень задоволеності компанією у своїх співробітників.

Список використаних джерел:

1. Друкер П.Ф. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / П.Ф. Друкер. – М., 2003. – 288 с.
2. Гриньова В.М. Проблеми мотивації праці персоналу підприємства / В.М. Гриньова, І.А. Грузіна: монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 184 с.
3. Кныш М.И. Стратегическое управление корпорациями / М.И. Кныш, В.В. Пучков, Ю.П. Тютиков. 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: КультИнформПресс, 2002. – 239 с.
4. Винокуров В.А. Организация стратегического планирования на предприятии / В.А. Винокуров. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 160 с.
5. Прищепа Д.О. Чому гроші не бувають найефективнішим методом мотивації

сучасних співробітників? // Управління розвитком персоналу, 2017. – № 2 (34). – С. 102 – 107.

6. Офіційний сайт компанії – Електронний ресурс: <https://itea.ua/>

7. Силакова Ю.Б. Нематеріальна мотивація: які ефективні стимули використовувати? // Управління персоналом, 2017. — № 7. — С. 48 – 51.

ОБЛІК ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЗБУТОВИХ ВИТРАТ

Ткачук Сергій Володимирович

*Центральноукраїнський національний технічний університет
Україна*

Виготовлення готової продукції та її доведення до споживача одна з головних задач діяльності підприємства, адже завдяки цьому підприємство отримує свій основний дохід.

На сучасному етапі функціонування підприємств в Україні постає проблема налагодження та ведення систематичного контролю за збутовими витратами для повноцінного інформаційного забезпечення про стан витрат на збут. Проблемні питання покращення організації ведення обліку готової продукції та збутових витрат є актуальними і потребують подальшого вивчення.

Найбільш ґрунтовно питання з обліку готової продукції та збуту розглянуто в працях Н.В. Гавришко, Н.М. Гудзенко, А.Ю. Козаченко, О.В. Пальчук, О.А. Шевчука, Ф.Ф. Бутинця, А.М. Герасимовича, В.І. Єфименка, В.Я. Савченка, В.М. Пархоменко, В.В. Сопка. Проте ряд питань з обліку витрат на реалізацію готової продукції й досі залишаються не дослідженими.

Покращення організації обліку готової продукції та витрат на збут є основними для надання повної інформації про збутові витрати. Інформація про понесені витрати на збут готової продукції використовується в управлінському обліку з метою розробки рекомендацій спрямованих на зменшення понесених збутових витрат і збільшення доходу підприємства в подальшій господарській діяльності.

Згідно з П(С)БО 9 "Запаси" готова продукція відноситься до запасів. Готовою продукцією вважається продукція, що пройшла всі стадії виробництва, відповідає встановленим стандартам та технічним умовам виробництва, перевірена і прийнята відділом технічного контролю, та здана на склад або безпосередньо замовнику [1].

Під час організації обліку готової продукції основним моментом є визначення її характеру за формою, ступенем готовності та технологічною складністю (рис. 1).

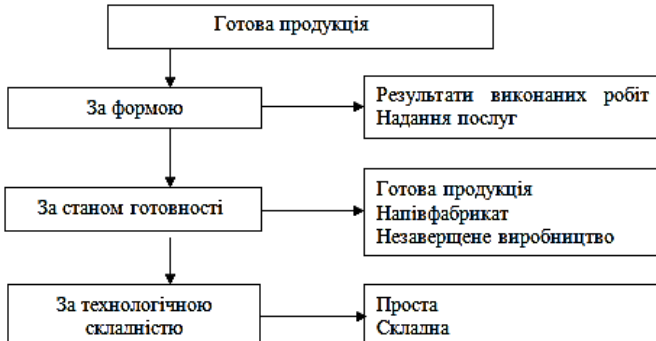


Рис. 1. Характеристика готової продукції

Облік готової продукції на підприємстві повинен забезпечувати контроль за виконанням випуску готової продукції відповідно до договорів та асортименту на всіх стадіях її виробництва та міжцехового переміщення, зберігання готової продукції за обсягом, асортиментом та якістю, своєчасного оформлення документів на відвантаження.

Реалізуючи готову продукцію підприємство несе витрати пов'язані зі збутом готової продукції. Інформаційною базою для визначення збутових витрат виступають наступні бухгалтерські документи:

- "Розрахунок амортизації основних засобів";
- "Акт на списання малоцінних та швидкозношуваних предметів";
- "Авансовий звіт";
- "Табель обліку використання робочого часу", а також складена на його підставі "Розрахунково-платіжна відомість".

Для узагальненого обліку витрат на збут використовують журнал-ордер №5 при журнально-ордерній формі обліку, а при спрощеній формі обліку розділ II Відомості 5-М.

Витрати на збут облікують на синтетичному рахунку 93 "Витрати на збут". До цього рахунку субрахунків не передбачено, тому кожне підприємство має право самостійно обирати собі перелік субрахунків, а також аналітичних рахунків до кожного з них.

А.Ю. Козаченко витрати на збут продукції відносить до невиробничих витрат, а рахунок 93 «Витрати на збут» характеризує, як рахунок, що містить інформацію про суму витрат, пов'язаних із операціями щодо вивезення продукції власним транспортом [2].

Так, Н.В. Гавришко під збутом розуміє процес фізичного переміщення продукції від виробника до споживача. На думку авторки, групування витрат на збут слід здійснювати за наступними статтями витрат:

- 1) витрати на складування продукції та зберігання товарно-матеріальних запасів;
- 2) витрати на пакування продукції;
- 3) витрати на транспортування;
- 4) витрати на управління збутовою діяльністю.

До внутрішньої звітності із збуту вона пропонує включити: звіт про показники збутової діяльності; сегментний звіт про фінансові результати; звіт про заборгованість за реалізовану продукцію; контрольний звіт про відхилення від кошторису збутових витрат [3, с.19].

Склад витрат на збут регламентується п. 19 П(С)БО 16 «Витрати», починаючи від витрат пакувальних матеріалів для затарювання готової продукції на її складах і закінчуючи іншими витратами, що пов'язані зі збутом продукції, товарів, робіт, послуг [4, с.35-40].

Це дає підстави сформулювати відповідний перелік субрахунків до синтетичного рахунку 93 «Витрати на збут», який, може виглядати наступним чином:

931- Витрати пакувальних матеріалів і ремонт тари;

932 - Оплата праці та комісійні винагороди працівникам сфери збуту;

933-Витрати на передпродажну підготовку товарів, рекламу і дослідження ринку (маркетинг);

934 - Витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом;

935 - Витрати на утримання необоротних активів у сфері збуту;

936 - Витрати на транспортування і страхування продукції;

937 - Витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування;

938 - Витрати на внутрішньогосподарське транспортування продукції;

939 - Інші витрати у сфері збуту.

На нашу думку, слушною є пропозиція О.В. Пальчук та Н.М. Нечай щодо внесення змін до Плану рахунків і виділення окремого рахунку для обліку маркетингових витрат. Враховуючи те, що маркетингові та збутові витрати досить схожі, доцільно їх відображати на рахунку 93 «Витрати на збут», але погоджуємося, що ліпше вказаний рахунок перейменувати на «Маркетингові і збутові витрати» і ввести до нього два субрахунки: 931 «Маркетингові витрати» та 932 «Витрати на збут». У розрізі цих субрахунків вони пропонують виділяти субрахунки другого порядку за визначеними підвидами маркетингової та збутової діяльності [5, с. 378–387].

Слід відзначити, що на практиці облік та аудит витрат на збут ведеться із певними проблемами та недоліками, що, на наш погляд, може бути вирішено шляхом введення певних змін та вдосконалень. Такими заходами можуть бути:

- передбачення в наказі «Про облікову політику підприємства» розділу витрат на збут, де необхідно врахувати інформацію з визнання та класифікації витрат, графік документообігу та форми внутрішніх документів витрат; робочий план рахунків щодо витрат, документування витрат, ознаки включення об'єктів до складу витрат на збут, порядок розподілу витрат між різними об'єктами, бюджетування витрат тощо;

- ведення робочого плану рахунків із розмежуванням на маркетингові витрати та витрати на збут, а також у розрізі цих витрат їх поділ, враховуючи індивідуальний підхід.

Вирішення цих проблем дозволить підприємствам будувати ефективний бухгалтерський облік готової продукції та її реалізації, підвищувати ефективність виробництва нарощуючи економічний потенціал підприємства.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 9 "Запаси": затв. наказом Міністерства фінансів України від 20 жовтня 1999р.№ 246; зі змінами та доп. поточна редакція від 01.01.2015р.,
2. Козаченко А.Ю. Аналіз проблем та удосконалення обліку невиробничих витрат у цукровій промисловості / А.Ю. Козаченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sophus.at.ua/publ/2013_04_18_19_kampodilsk/sekcija_5_2013_04_18_19/analiz_problem_ta_udoskonalennja_obliku_nevirobnichikh_vitrat_u_cukrovij_promislovosti/25-1-0-597.
3. Гавришко Н.В. Облік і аналіз маркетингової та збутової діяльності: управлінський аспект: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.04 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / Н.В. Гавришко. – К., 2001. – 19 с.
4. Білоусова І. Проблеми вдосконалення управлінського обліку // Бухгалтерський облік і аудит. - 2011. - №4. - с.35 - 40..
5. Пальчук О.В. Облік маркетингових та збутових витрат / О.В. Пальчук, Н.М. Нечай // Наук. праці Кіровоград, держ. техн. ун-ту : Економічні науки. Вип. 5, ч. 2. Кіровоград: Кіро- воград, держ. техн. ун-т, 2004. С. 378–387.

ОБЛІК І АУДИТ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

Павлюх Ірина Андріївна

Криворізький економічний інститут ДВНЗ

«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Україна

Головною передумовою успішного здійснення виробничого процесу як основної ланки діяльності підприємства є наявність і ефективне використання виробничих запасів.

Основним нормативним документом, у якому визначаються методологічні основи формування в бухгалтерському обліку інформації про запаси та розкриття її у фінансовій звітності є Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [2].

Відповідно до П(С)БО 9, запаси – це активи, які:

- утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності;

- перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва;

- утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг і управління підприємством.

Аудит виробничих запасів - один з найбільш складних ділянок облікової роботи та один з трудомістких етапів перевірки фінансової звітності.

Сиротюк Г. вважає, що мета аудиту виробничих запасів – висловлення аудитором думки про те, чи відповідає фінансова інформація щодо руху і залишків запасів у всіх суттєвих аспектах нормативним документам, які регламентують порядок її підготовки і надання користувачам [4, с. 92].

І дійсно, з цим твердженням важко не погодитись, адже аудит виробничих запасів проводиться для того, щоб одержати належні і достовірні аудиторські докази, щодо їх обліку та відображення у фінансовій звітності з метою висловлення незалежної думки аудитора щодо її достовірності та відповідності концептуальній основі фінансової звітності.

Для задоволення потреб користувачів в отриманні повної, правдивої та неупередженої інформації щодо виробничих запасів аудитор необхідно виконати такі основні завдання для досягнення вказаної мети:

- здійснення контролю за дотриманням чинного законодавства щодо операцій з виробничими запасами;

- встановлення правильності визнання активів запасами згідно з П(С)БО№ 9 «Запаси»;
- перевірка дотримання підприємством облікової політики щодо відображення запасів в обліку та звітності;
- перевірка правильності формування первісної вартості запасів;
- дослідження стану складського господарства запасів;
- встановлення повноти і правильності відображення в бухгалтерському обліку надходження запасів за їх каналами;
- підтвердження (спростування) доцільності вибору підприємством методу списання запасів на витрати підприємства;
- перевірка дотримання встановлених нормативів використання запасів на виробництво;
- дослідження правильності і повноти відображення в обліку господарських операцій з вибуття запасів за їх каналами;
- перевірка правильності віднесення вартості запасів, використаних на виробництво;
- перевірка правильності та своєчасності відображення виробничих запасів в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності;
- дослідження протизаконних дій, пов'язаних із рухом виробничих запасів, суттєвих порушень і помилок у бухгалтерському обліку та звітності.

Загалом облікову політику можна характеризувати як вибір методик, прийомів і способів ведення бухгалтерського обліку із тих, які наведені в нормативних документах з методології бухгалтерського обліку в межах загальних правил і принципів його організації [5, с.107].

Таблиця 1

Методичні складові облікової політики щодо виробничих запасів підприємства

№	Обов'язкові методологічні складові облікової політики щодо відображення виробничих запасів	Підстава
1	Склад виробничих запасів	Визначається підприємством самостійно
2	Одиниця обліку запасів	Відповідно до П(С)БО 9: – найменування; – однорідна група (вид)
	Метод зарахування придбаних або вироблених виробничих запасів на підприємстві	Згідно П(С)БО 9 виробничі запаси зараховуються на баланс за первісною собівартістю
3	Визнання та первісна оцінка запасів	Визнання та первісна оцінка запасів здійснюється залежно від шляхів надходження запасів на підприємство: - придбані за плату; - виготовлені власними силами; - внесені до статутного капіталу; - одержані безоплатно; - придбані у результаті обміну на подібні та неподібні запаси.

4	Методи оцінки при вибутті виробничих запасів	Відповідно П(С)БО 9 підприємство самостійно визначає один із методів оцінки запасів при їх вибутті: - ідентифікованої собівартості запасів; - середньозваженої собівартості; - собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО); - нормативних затрат; - ціни продажу.
5	Метод обліку і розподілу транспортно-заготівельних витрат	Обирається підприємством за наступними варіантами: - шляхою прямого списання транспортно-заготівельних витрат до первісної вартості одиниці запасів, які придбані; - за середнім відсотком.
6	Оцінка запасів на дату балансу	Згідно П(С)БО 9 запаси відображаються в бухгалтерському обліку і звітності з а найменшою з двох оцінок: - первісною вартістю; - чистою вартістю реалізації.
7	Періодичність визначення середньозваженої собівартості одиниці запасів	Самостійно встановлюється підприємством
8	Призначення та умови використання запасів	Самостійно встановлюється підприємством
9	Організація зберігання і обліку запасів	Відповідно до Методичних рекомендацій бухгалтерського обліку запасів №2 організація зберігання і обліку запасів здійснюється залежно від їх виду, технології виробництва, умов постачання і збуту. В Методичних рекомендаціях передбачено такі методи обліку матеріальних запасів: - кількісно-сумовий сортовий; - кількісно-сумовий безкнижковий; - оперативно-бухгалтерський (сальдовий).

Дуже важливим завданням обліку і аудиту виробничих запасів є встановлення, чи дотримується підприємство тих методів, принципів та процедур щодо даного виду активів, які обрані ним та прописані в наказі про облікову політику.

Формування облікової політики щодо виробничих запасів на підприємствах здійснюється на підставі Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [2] та Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку запасів [3] (табл. 1) .

Джерелами інформації для здійснення аудиту виробничих запасів є документи, які зазначені в таблиці 2 [6, с. 14].

Таблиця 2

Джерела інформації для аудиту виробничих запасів

№	Вид джерела інформації	Найменування
1	Первинні документи по обліку запасів	Накладні, рахунки-фактури, картки складського обліку, прибуткові ордери, накладні-вимоги на відпуск, лімітно-забірні карти
2	Аналітичні реєстри обліку запасів	Відомості аналітичного облік запасів, звіти матеріально-відповідальних осіб
3	Реєстри синтетичного обліку запасів	Головна книга, відомості руху запасів, журнали №3,5,6
4	Фінансова звітність підприємства	Звіт про фінансовий стан, Примітки до річної фінансової звітності

Для ефективної організації проведення аудиту виробничих запасів необхідно дотримуватись певних етапів. Послідовність аудиту товарно-матеріальних цінностей (рис.1) [7].



Рис. 1. Алгоритм проведення аудиту виробничих запасів

Першим етапом проведення аудиторської перевірки є планування. Метою планування аудиту є привернення уваги аудитора до найважливіших напрямків аудиту, виявлення проблем, які варто перевірити найретельніше [8 с. 382].

Відповідно до Закону України «Про аудиторську діяльність», аудитор має право самостійно встановлювати форми та методи контролю [1].

Тому, залежно від предмету удиторського дослідження, завдань, передбачених договором, рівня аудиторського ризику, запланованого рівня суттєвості, аудитор обирає методику проведення аудиту виробничих запасів та фіксує відповідні аудиторські процедури у програмі аудиту

При здійсненні аудиту виробничих запасів аудитор використовує як документальні, так і фактичні (органолептичні) методи перевірки. Пропонуємо розглянути методи аудиторської перевірки виробничих запасів, сформовані в залежності від етапу аудиту (табл. 4) [6, с. 15].

Таблиця 3

Методи аудиторської перевірки виробничих запасів

№	Етап аудиту	Метод аудиту
1	Аудит організації обліку прямих матеріальних затрат	Суцільна документальна перевірка
2	Перевірка правильності оцінки виробничих запасів, які включені до собівартості продукції	Вибіркова документальна перевірка
3	Перевірка обґрунтованості віднесення запасів до складу прямих виробничих затрат на виробництво продукції	Вибіркова документальна перевірка
4	Перевірка вірогідності списання на виробництво матеріалів	Вибіркова документальна перевірка
5	Перевірка якісних показників списаних на виробництво запасів	Вибіркова фактична перевірка
6	Перевірка дотримання норм з відпуску запасів	Комбінована документальна перевірка
7	Перевірка правильності оцінки, використання і списання зворотних відходів та вторинної сировини	Вибіркова документальна та фактична перевірка
8	Перевірка синтетичного і аналітичного обліку виробничих запасів	Комбінована документальна перевірка

Скрипник М.І. вважає, що проводити суцільну перевірку недоцільно – це потребує великих матеріальних і трудових затрат. Тому бажано перевірити й оцінити систему внутрішнього контролю та обліку на підприємстві, залежно від отриманих результатів, розширювати сукупність досліджень чи навпаки, довіритися даним клієнта і провести лише деякі перевірочні процедури, щоб підтвердити довіру до інформації системи внутрішнього контролю [8, с. 382].

На початковій (організаційній) стадії аудиту, аудитор проводить ознайомлення з бізнесом клієнта, оцінює вплив на діяльність підприємства зовнішніх та внутрішніх факторів його діяльності з метою оцінки властивого ризику. Наступною процедурою є оцінка системи внутрішнього контролю суб'єкта господарювання що є метою встановлення величини ризику контролю. Від величини властивого ризику та ризику контролю залежить ризик не виявлення, на який може впливати аудитор шляхом планування відповідної кількості аудиторських процедур. Відповідно, наступним кроком аудитора є складання плану проведення аудиту, в якому зазначається перелік етапів аудиту, склад аудиторських процедур за кожним етапом, виконавець процедур та період перевірки.

Документування плану аудиту має бути достатнім для відображення запланованого характеру, часу та обсягу процедур оцінки ризиків і подальших аудиторських процедур на рівні тверджень для кожного суттєвого класу операцій, залишків на рахунках та розкритті у відповідь на оцінені ризики [8, с. 385].

На підставі плану аудиту аудитор складає програму перевірки.

Програма аудиторської перевірки обліку операцій із запасами суб'єкта господарювання повинна включати дослідження стану збереження матеріальних цінностей, нормування витрат та оприбуткування, правильність оцінювання покупних виробничих запасів, використання запасів на виробництві [10].

Організацію аудиту виробничих запасів доцільно розпочати з перевірки своєчасності і повноти проведення інвентаризації запасів [8, с. 388].

Далі перевіряється процес надходження виробничих запасів. При цьому досліджується: повнота оприбуткування запасів за даними бухгалтерського обліку; їх відповідність за кількістю та якістю за даними приймальних документів і складених матеріально відповідальними особами, а також повнота оприбуткування запасів, які надійшли без супровідних документів.

Закріплення матеріальної відповідальності перевіряється за даними договорів про повну матеріальну відповідальність, укладених між адміністрацією підприємства та конкретними працівниками; норми витрат сировини і матеріалів на виробництво та їх дотримання. [10].

Наступним етапом є з'ясування встановленої методики оцінки запасів, яка регламентована обліковою політикою підприємства. [8, с. 391].

Послідуючим етапом є перевірка методу оцінки запасів під час їх списання. Перевіряючи відпуск запасів стороннім особам, перевіряється підстава відпуску та умови реалізації, при цьому перевіряються дані первинних документів [8, с. 394].

Досліджуються причини, які зумовили виникнення негативних явищ, розмір невиробничих витрат, установлюються особи, винні в заподіянні збитків; нестача цінностей та збитки, виявлені при інвентаризації, їх обґрунтованість і відповідальні особи. Узагальнюється дослідження інших об'єктів, де виявлено збитки, перевіряється, чи підтверджується її розмір даними бухгалтерського обліку та іншими зібраними доказами, наскільки правильно встановлено матеріальну відповідальність конкретних працівників і розмір її відшкодування [10].

Практика показує, що типовими помилками, що виникають під час здійснення операцій з виробничих запасів можуть бути:

- незадовільна організація складського господарства;

- невиконання завдань щодо заготовлення (придбання) матеріалів;
- завищення собівартості придбаних матеріалів;
- порушення правил приймання вантажів;
- неповне оприбуткування запасів;
- необґрунтовані претензії до постачальників;
- нераціональне витрачання матеріалів на виробництво;
- порушення норм і лімітів відпуску;
- нестача, надлишок, присвоєння ТМЦ;
- помилки і підробки в документах;
- підміна нових матеріалів старими;
- помилки у визначенні сум уцінок, дооцінок запасів та їх відображення в обліку; незадовільне ведення бухгалтерського обліку [9, с. 408].

Отже, облік і аудит виробничих запасів є важливою складовою перевірки на підприємстві. Аудит запасів призначений для того, щоб здійснювати контроль за дотриманням чинного законодавства щодо операцій з виробничими запасами, встановити повноту і правильність відображення в бухгалтерському обліку надходження запасів за їх каналами, встановити правильність визнання активів запасами згідно з П(С)БО № 9 «Запаси», дослідити стан складського господарства запасів, перевірити дотримання обраних методів обліку виробничих запасів, які зазначені у наказі про облікову політику.

На мою думку, основне призначення аудиту виробничих запасів - допомога клієнту у визначенні основних недоліків, порушень та помилок в обліку виробничих запасів, можливість ліквідувати їх та запобігти подальшому виникненню, що призведе до покращення фінансового стану підприємства. Тому правильна та раціональна організація і методика аудиту виробничих запасів допоможе аудиторіу досягти поставленої мети.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про аудиторську діяльність» № 3125-XII 22.04.1993р., зі змінами та доповненнями. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3125-121>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №9 «Запаси», затв. наказом МФУ від 31.03.99 р. № 87, зі змінами і доповненнями. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
3. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів, затверджені наказом Міністерства фінансів України від 10.01.07 року № 2 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dtki.com.ua/show/2cid04693.html>.

4. Сиротюк Г. Методичні особливості аудиту виробничих запасів Г. Сиротюк, К. Сиротюк // Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія : Економіка АПК. - 2015. - № 22(1). - С. 92-97.
5. Фабіянська В.Ю. Облікова політика сільськогосподарських підприємств // В.Ю. Фабіянська / Економіка АПК. – 2006. - № 12. – С. 105-110.
6. Мельнікова К.С. Напрями удосконалення методів і процедур аудиту виробничих запасів на прикладі макаронної фабрики / К.С. Мельнікова // Економічні студії. – 2014. - №1(1). - С. 13-18.
7. Скорба О.А. Організація проведення аудиту виробничих запасів / О.А. Скорба // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.rusnauka.com/9_NND_2014/Economics/7_164138.doc.htm.
8. Скрипник М.І. Удосконалення організації і методики аудиту виробничих запасів на підприємстві / М.І. Скрипник, О.О. Григоревська, Н.Й. Радіонова // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2016. - Вип. 2–3 (35). – С. 378-398.
9. Утенкова К. О. Аудит: Навчальний посібник. – К.: Алерта, 2011. – 408 с. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/5334-metodika-auditu-virobnichih-zapasv.html>.
10. Скорба О.А. Методика аудиту виробничих запасів / О.А. Скорба // - [Електронний ресурс].-Режим доступу: http://www.rusnauka.com/10_DN_2014/Economics/7_164604.doc.htm.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Брижан Віталій Олександрович

Науковий керівник: к.е.н. Гасій О.В.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Україна

Прибуток та рентабельність – це важливі індикатори рівня роботи будь-якого суб'єкта підприємництва, його конкурентоспроможності та фінансової стійкості. Однак, в сучасних умовах створення передумов розвитку суб'єктів господарювання визначає потребу в розробці та впровадженні дієвої системи управління рентабельністю підприємства, ефективність якої корелює з якістю обліково-аналітичного забезпечення управлінського процесу.

Систематизувавши надбання економічної науки щодо визначення сутності поняття обліково-аналітичного забезпечення підприємства [1-3], можна виділити три підходи до його трактування:

- як сукупність процесів (чи один процес),

- як набір специфічних засобів і методів;
- як форма організації всіх видів обліку й аналізу.

На нашу думку, під обліково-аналітичним забезпеченням управління рентабельністю суб'єкта підприємництва слід розуміти процес упорядкування та структурування інформації з метою задоволення запитів користувачів у процесі формування, розподілу та використання з метою виявлення резервів подальшого підвищення ефективності господарської діяльності [1, с. 58].

Формування системи обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком та рентабельністю суб'єкта підприємництва є процесом цілеспрямованого підбору відповідних інформаційних показників, що будуть використані для планування, аналізу та прийняття оперативних управлінських рішень.

Для вирішення конкретних завдань в процесі здійснення аналітичної роботи зазвичай використовується горизонтальний, вертикальний, порівняльний, коефіцієнтний та інтегральний аналіз діяльності підприємства. На нашу думку, найбільш інформаційним є коефіцієнтний аналіз, який характеризує різнопланові аспекти формування, розподілу та використання прибутку підприємства, що дасть змогу визначити резерви збільшення його рентабельності.

За методикою проф. І.О. Бланка [4] виділяється три групи коефіцієнтних показників ефективності діяльності суб'єктів підприємництва:

а) витратні показники, для розрахунку яких використовуються валовий прибуток, прибуток від операційної та звичайної діяльності до оподаткування, загальний прибуток, які співвідносяться відповідно із собівартістю реалізованої продукції, із операційними витратами, із витратами від звичайної діяльності та витратами підприємства;

б) ресурсні показники - визначаються як відношення чистого прибутку, прибутку від звичайної діяльності до оподаткування до вартості активів (капіталу) або їх складових. Зазначимо, що при розрахунку показників рентабельності: власного капіталу, залученого капіталу, оборотних та необоротних активів, рентабельності інвестицій (рентабельність перманентного капіталу) пропонується використовувати прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, а при розрахунку рентабельності активів – чистий прибуток.

в) дохідні показники, які розраховуються як відношення валового прибутку, прибутку від операційної діяльності, чистого прибутку до чистого доходу від реалізації.

Крім того, важливим етапом аналізу ефективності роботи підприємств будь-яких видів є дослідження факторного впливу на зміну результативного показника прийомами ланцюгових підстановок. Цей спосіб передбачає визначену послідовність розрахунку:

- 1) черговість заміни факторів: кількісні – структурні – якісні;
- 2) за наявності різних показників в моделі (кількісні, структурні або якісні), послідовність підстановок визначається черговістю заміни факторів, яка залежить від оцінки того, які з них є основними (первинні), а які – похідними (вторинні).

Таким чином, ефективне управління рентабельністю суб'єкта підприємництва потребує ефективної роботи системи обліково-аналітичного забезпечення потреб керівництва в повній та достовірній інформації. Використання наведених аналітичних показників дасть змогу сформуванню цілеспрямовану систему аналітичного забезпечення управління, орієнтовану як на прийняття стратегічних рішень, так і на ефективне оперативне управління процесами формування, розподілу та використання прибутку підприємства.

Список використаних джерел

1. Правдюк Н. Л. Обліково-аналітичне забезпечення управління прибутком підприємства / Н. Л. Правдюк // Облік і фінанси. – 2015. - № 4(70). - С. 53-60.
2. Андріяш А. С. Особливості управління прибутком підприємства / А. С. Андріяш, А. Ю. Моголова // Молодий вчений. – 2014. - № 6(1). - С. 68-70.
3. Касич А. О. Науково-методичні основи обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком підприємства / А. О. Касич, Р. М. Циган, О. І. Карбан // Проблеми економіки. - 2013. - № 1. - С. 191-196.
4. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс / И. А. Бланк. – Київ : Изд-во «Ника-Центр», 1999. – 527 с.

ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: ВПЛИВ НА СТРУКТУРУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Байбак Віталій Васильович

Науковий керівник: к. е. н, доц. Білецька Н. В.

ВНПЗ «Вінницький інститут конструювання одягу і підприємництва»

Україна

Як відомо, серед головних засобів впливу держави на її розвиток важливу роль відіграють податки як найбільш дієвий важіль регулювання економічних процесів в країні. «Податки виступають важливим інструментом макроекономічного регулювання економіки, перерозподілу валового внутрішнього продукту на цілі економічного розвитку і соціальних гарантій населенню...» [5]. З огляду на це, від рівня системи оподаткування залежить вдале функціонування економіки країни.

Так, як Україна є аграрною країною, важливого значення набуває вивчення системи оподаткування сільськогосподарських підприємств та його впливу на структуру аграрного сектору. «Протягом останніх п'яти років аграрний сектор економіки України підтримує тенденцію до зростання. Частка у валовій доданій вартості країни становить 13%, при використанні основних засобів вартістю понад 100 млрд. грн. Галузь є одною з основних бюджетоутворюючих сфер економіки та займає друге місце у товарній структурі експорту (близько 40%). Також АПК – основне джерело надходження валюти в Україну та ключовий фактор у підтриманні торговельного балансу» [1].

Слід відзначити, що беззаперечним є вплив системи оподаткування на процеси створення та руху капіталу, рентабельність галузей економіки та окремих підприємств, що вимагає зваженого підходу до формування податкового механізму, реалізація якого, поряд з виконанням фіскальних завдань, повинна сприяти досягненню стратегічних цілей і завдань держави у сфері аграрного виробництва.

Дослідженню теоретичних та практичних аспектів оподаткування сільськогосподарських товаровиробників присвячено чимало вітчизняних та зарубіжних наукових праць, зокрема В. Андрущенко, О. Василика, В. Вишневецького, М. Дем'яненка, Д. Деми, О. Кириленко, А. Крисоватого, М. Кучерявенка, П. Лайка, І. Луніної, А. Поддєрьогіна, А. Соколовської, Л. Тулуша, В. Федосова, І. Буздalова, А. Вагнера, О. Єгеревої, С. Корюнова,

Зважаючи на динаміку економічних процесів та перманентний характер внесення змін до Податкового кодексу України, теоретико-методологічні питання оподаткування сільськогосподарських товариств набувають важливого значення та потребують подальших досліджень.

З появою спеціального режиму прямого оподаткування у формі фіксованого сільськогосподарського податку, який був введений з метою стимулювання розвитку аграрного сектору, відбулись докорінні зміни у структурі аграрного виробництва, поширились процеси концентрації капіталу, підвищилась ефективність сільськогосподарського виробництва та рентабельність галузі, збільшилась зацікавленість інвесторів у вкладенні коштів в аграрний сектор, відбулись зміни у структурі суб'єктного складу товаровиробників, розподілі площ сільськогосподарських угідь, методах господарювання.

В результаті проведеного аналізу економічних трансформацій в аграрному секторі, представленого у таблиці 1, виявлено, що в період з 2010р. по 2016р. темпи нарощування обсягів валової продукції сільського господарства високі.

В той же час, у структурі розподілу виробництва валової продукції за формами господарювання не спостерігається значних змін. За

даними Державної служби статистики України частка галузі сільського господарства у структурі валової доданої вартості у 2016 р. становила 13,8%, що на 5,4% більше, порівняно з 2010 р. (8,4%), на 4,3 % більше порівняно з 2011р. (9,5%), на 4,7% більше порівняно з 2012 р. (9,1%), на 3,8 % більше порівняно з 2013 р. (10%), на 2,1% більше порівняно з 2014р. (11,7%), проте на 0,4 % менше відносно 2015р. (14,2%) (рис. 1).

Таблиця 1

Частка сільського господарства країни у структурі валової доданої вартості в період 2010-2016рр., %

Роки	ВДВ с/г, млн. грн	ВДВ всього, млн. грн	Частка сільського господарства у структурі ВДВ, %
2010	80385	954472	8,4
2011	106555	1122558	9,5
2012	109785	1213069	9,1
2013	128738	1283812	10,0
2014	161145	1382719	11,7
2015	239806	1689387	14,2
2016	279701	2023228	13,8

Розраховано автором за даними офіційного сайту Державної служби статистики України [2]

Для наочності представимо значення сільського господарства у формуванні валової доданої вартості країни за період 2010-2016рр на рис. 2.

Внаслідок реалізації політики податкового стимулювання держава втратила важливий важіль впливу на формування та розподіл фінансових ресурсів, що з часом призвело до зниження фіскальної ефективності механізму прямого оподаткування та послаблення дохідної бази бюджету.

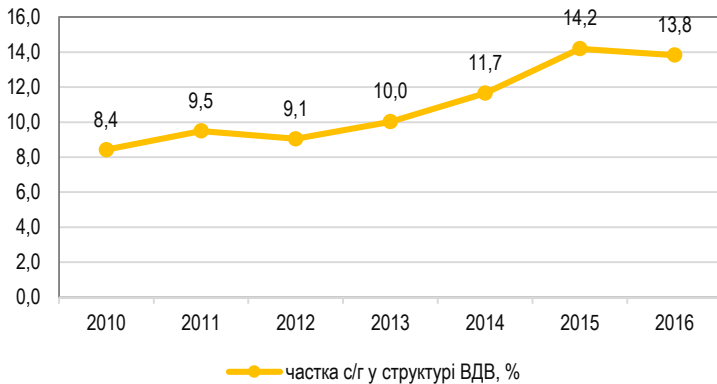


Рис. 1. Частка сільського господарства країни у структурі валової доданої вартості в період 2010-2016рр., %

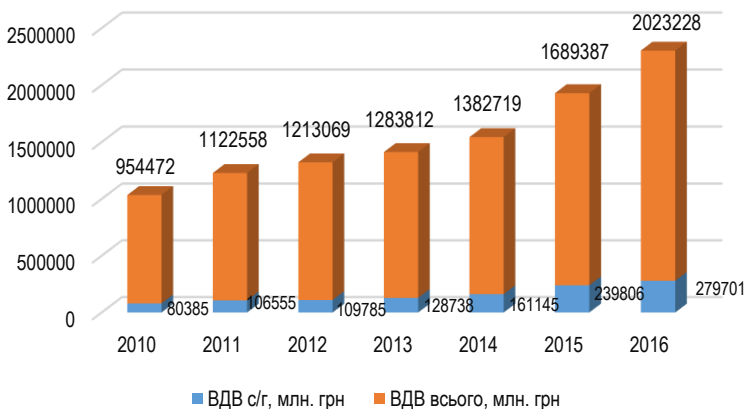


Рис. 2. Значення сільського господарства у формуванні валової доданої вартості у 2010-2016рр.

В процесі реформування галузі сільського господарства відбулась зміна складу та структури форм господарювання. Поряд із фермерськими господарствами активного розвитку набули господарські формування холдингового типу, створені на основі оренди землі потужними промисловими, фінансовими та сервісними структурами.

Проте, за даними статистичних спостережень, дослідити їх кількість, обсяги виробництва та реалізації, площі угідь в користуванні та фінансові результати діяльності практично неможливо, оскільки агрохолдинги – це вертикально інтегровані структури, до складу яких

входять, поряд з іншими типами підприємств (переробних, промислових, логістичних), сільськогосподарські підприємства, які, в свою чергу, є самостійними суб'єктами господарювання, що звітують окремо за результатами своєї діяльності. Офіційна статистика по холдингових компаніях не ведеться, що вважаємо суттєвим недоліком обліку діяльності АПК. На нашу думку, запровадження статистичного обліку діяльності аграрних холдингів дозволить спрогнозувати тенденції розвитку агробізнесу, виявити економічну ефективність, переваги і недоліки даної форми господарювання, порівняно з іншими, та комплексно оцінити діяльність у сільському господарстві.

З метою забезпечення високих показників ефективності діяльності агрохолдинги акумулюють значні земельні ресурси шляхом оренди земельних паїв у селян і використовують їх для вирощування високорентабельних сільськогосподарських культур. При цьому загальною тенденцією є порушення сівозмін і раціональної структури посівів, недотримання вимог екологічно безпечного господарювання на орендованих землях, відсутність заходів зі збереження родючості ґрунтів та ін. Тому, поряд з позитивними сторонами діяльності та значним потенціалом новостворених структур, у регіонах поширюються такі негативні явища, як зниження якості сільгоспугідь, низький рівень орендної плати, зростання безробіття, зниження конкурентоспроможності інших типів сільськогосподарських формувань, зниження податкових відрахувань у місцеві бюджети та відсутність коштів для фінансування розвитку сільських територій [3, с. 84].

Основними причинами низького рівня податкових надходжень у місцеві бюджети є непродумана податкова політика, яка не зобов'язує холдингові структури сприяти розвитку соціальної інфраструктури сільських територій, в межах яких вони здійснюють господарську діяльність.

Значна диференціація показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання, на нашу думку, повинна бути врахована при формуванні механізму прямого оподаткування, що дозволить повною мірою реалізувати наявний податковий потенціал галузі сільського господарства та створити рівні конкурентні умови для всіх форм господарювання.

Більшість учених під податковим потенціалом галузі розуміють максимально можливий рівень вилучення податків і зборів від конкретної галузі за визначений період часу при оптимальному використанні всіх наявних ресурсів (фінансових, економічних, природних і ресурсів праці) [6, с. 33]. Також окремі вчені зазначають, що податковий потенціал – це обсяг реальних і потенційних ресурсів, які підлягають оподаткуванню, а також можуть бути об'єктом

оподаткування при розширенні його податкової бази [7, с. 11]. Кількісне оцінювання податкового потенціалу передбачає визначення частини фінансових ресурсів, які можуть розглядатись як податкові та визначення граничного рівня податкового навантаження для галузі

В контексті визначення податкового потенціалу доцільно проаналізувати рентабельність виробництва сільгосппродукції та прибуток підприємств, а також визначити існуючий рівень податкового навантаження. За аналітичну базу візьмемо дані Державної служби статистики України та ННЦ «Інститут аграрної економіки» (табл. 2).

Таблиця 2

Рентабельність виробництва сільськогосподарської продукції у 2012-2016рр.* (%)

Роки	Продукція сільського господарства		Рентабельність сільськогосподарського виробництва
	продукція рослинництва	продукція тваринництва	
2012	22,3	14,3	20,5
2013	11,1	11,3	11,2
2014	29,2	13,4	25,8
2015	50,6	22,1	45,6
2016	44,3	7,7	37,3

*без урахування тимчасово окупованої території АР Крим і м. Севастополя

Складено за даними офіційного сайту Державної служби статистики України [2] та джерелом [7]

Як змінювався рівень рентабельності виробництва продукції рослинництва та тваринництва, починаючи з 2012р. представлено на рис.3.

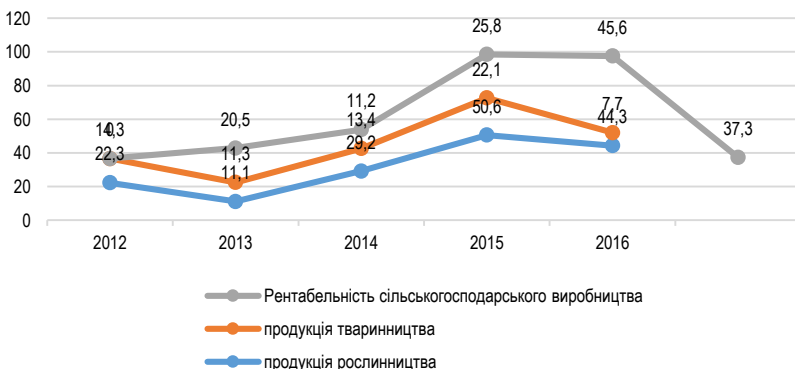


Рис. 3. Динаміка рівня рентабельності сільськогосподарського виробництва за період 2012-2016 рр.

Отже, як свідчать дані табл. 2 рівень рентабельності виробництва продукції сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах України за 2016 р. склав 37,3%. Після рекордного 2015 р. це другий за величиною показник за всю історію розвитку сільського господарства України протягом останніх 22 років [7].

Порівняно з 2015 р. рівень рентабельності галузі зменшився на 8,3% — із 45,6% до 37,3%. При цьому по продукції рослинництва цей показник знизився лише на 6,3% — з 50,6% до 44,3%, тоді як у тваринництві — на 14,4% (з 22,1% до 7,7%). Рівень рентабельності виробництва продукції тваринництва став найнижчим з 2012 року.

Рентабельність виробництва 2016 р. формувалася під впливом суттєвого зростання собівартості більшості видів продукції (на 11–38%) на фоні значно повільнішого зростання цін реалізації сільськогосподарської продукції, який у 2016 р. склав 109%, а по продукції тваринництва — лише 101,7% [7].

«Забезпечення рентабельного виробництва сільськогосподарської продукції і надалі залежатиме від цінової кон'юнктури та стримування зростання собівартості продукції, в тому числі інфляційного» [7].

Отже, запровадження спеціального режиму оподаткування у в умовах тотальної збитковості сільськогосподарського виробництва сприяло виходу галузі з кризового стану, нарощуванню обсягів валової продукції, збільшенню прибутку, підвищенню показників рентабельності та збільшенню кількості прибуткових підприємств.

Список використаних джерел:

1. Аграрний сектор економіки України: сучасний стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.vgolos.zt.ua/ahraryny-sektor-ekonomiky-ukrayiny-suchasnyy-stand-ta-perspektyvy-rozvytku/>.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Дудар Т. Г. Оцінка потенціалу і ринкових позицій аграрних холдингів / Т. Г. Дудар, В. В. Галушак. // Економіка АПК. – 2011. – №6. – С. 84–90.
4. Калустян Я. В. Теоретичні підходи до визначення податкового потенціалу регіону [Електронний ресурс] / Я. В. Калустян. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/EkBud/2011_3/st-05.pdf.
5. Левченко Н. М. Фіксований сільськогосподарський податок як найдієвіший важіль державного регулювання економічних процесів в АПК [Електронний ресурс] / Н. М. Левченко. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/apdu/2010-1/doc/3/06.pdf>.
6. Музиченко А. С. Державна підтримка аграрного сектору економіки України в умовах членства в СОТ [Електронний ресурс] / А. С. Музиченко, С. М. Подзігун //

Державне регулювання економіки.. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2011_4/270.pdf 97.

7. Сільське господарство в Україні встановлює рекорди рентабельності [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://milkuu.info/uk/post/silskogospodarstvo-v-ukraini-vstanovlue-rekordi-rentabelnosti>.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ

Коваленко Юлія Сергіївна

*Чернігівський Національний Технологічний Університет
Україна*

Процес децентралізації розпочався в Україні 1 квітня 2014 року з прийняттям Концепції реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади [1]. Однією з умов успішності цієї реформи було об'єднання у територіальні громади. На початок березня 2018 року в Україні існує 725 ОТГ [2]. Держава прискорює цю реформу фінансово і консультативно.

Зараз реформу децентралізації називають найбільш успішною серед усіх, що проводились в Україні. Відповідно до плану реформа децентралізації повинна завершитись у 2020 році і на момент закінчення міські ради мають бути повністю об'єднані у територіальні громади.

Але існує велика кількість перешкод на шляху створення ОТГ. Також існують основні проблеми, які загрожують великими ризиками для успішної реалізації реформи децентралізації.

Першою і головною проблемою є те, що люди не обізнані у цій сфері. І не знають нічого про сам процес децентралізації.

Створення значної частини ОТГ відбувається без урахування вимог Методики щодо їх формування. Окремі ОТГ утворюються з метою отримання додаткових повноважень і ресурсів, проте за своїм потенціалом об'єктивно не зможуть забезпечити своїм мешканцям надання належної якості послуг, активізувати економічні процеси, оскільки не мають відповідної інфраструктури та ресурсів, та в майбутньому забезпечити сталий розвиток громад. Подальше поширення такої практики несе загрозу нівелювання сутності реформи, оскільки замість спроможних територіальних громад утворюються малочисельні, з нерозвинутою інфраструктурою, недостатніми кадровими ресурсами.

Другою проблемою є те що відбувається швидке збільшення кількості територіальних громад, а розміри обсягу субвенцій на розвиток інфраструктури збільшуються не пропорційною системою і тим самим знижує мотивацію ОТГ для об'єднання та їх можливості до соціально-економічного розвитку.

Наступною проблемою є нечіткий розподіл повноважень між місцевими органами влади та органами виконавчої влади. Також реформою передбачається перевірка фінансування їх апаратів.

Четвертою проблемою є невідповідність робочих кадрів новим вимогам і функціям. За рахунок цього відбувається неефективне використання фінансових ресурсів та неспроможність використовувати кошти субвенцій на розвиток територій.

Останньою проблемою об'єднання територіальних громад є актуальна проблема сьогодення для всієї нашої країни – корупція, яка проникла у всі сфери нашого життя. А бюджетні кошти, взагалі, мають найвищі ризики корупції.

Для децентралізації бюджетних установ є потреба виконання відповідного контролю за роботою всіх рівнів, на етапі управління і використання фінансових ресурсів.

Для вирішення даних проблем можна зробити наступні дії:

1. Доробити і прийняти закони та підзаконні акти
2. Покращити інфраструктуру у кожній області, а саме відремонтувати дороги, покращити якість послуг та реалізувати все, що включає ця реформа.
3. Забезпечити дійовий державний контроль за їх фінансовою діяльністю.
4. Налаштувати максимально відкриту діяльність органів місцевого самоврядування та контроль з боку громадськості.

Список використаних джерел:

1. [Електроний ресурс]. – URL: <http://www.minregion.gov.ua>
2. Р.Б. Примуш, К.М. Гочачілов, В.В. Луцюк, Є.І. Шмиров, Т.В. Сікорська, О.А. Андрійчук, А.В. Ромах, В.Г. Гайковська, О.П. Галімова Інструменти розвитку об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації влади / За заг. ред. доктора наук з державного управління, професора, Заслуженого юриста України В.М. Олуйко – К. : Ваіте, 2017. – 432 с.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ΛΟΓΟΣ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ЗА МАТЕРІАЛАМИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК:
ОСВІТА ТА НАУКА ХХІ СТОЛІТТЯ»**

19 червня 2018 року • Київ, Україна

ТОМ 3

Українською та англійською мовами

Матеріали друкуються в авторській редакції

Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів

За точність викладеного матеріалу відповідальність несуть автори

Підписано до друку 19.06.2018. Формат 60×84/16.

Папір офсетний. Гарнітура Arial. Лазерний друк.

Умовно-друк. арк. 7,21.

Віддруковано з готового оригінал-макета.

Контактна інформація організаційного комітету:

21037, Україна, м. Вінниця, вул. Зодчих 18, офіс 81

ГО «Європейська наукова платформа»

Телефони: +38 098 1948380; +38 063 6241556

E-mail: info@ukrlogos.in.ua

www.ukrlogos.in.ua

Видавець: Друкарня ФОП Гуляєва В.М.

08700, Україна, м. Обухів, мкрн. Сосновий 2, офіс 2. E-mail: info@drukaryk.com

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК № 3909 від 02.11.2010 р.