

НАУКОВА СПІЛЬНОТА

www.spilnota.net.ua

*Двадцять сьомі економіко-правові
дискусії*

ЕКОНОМІЧНЕ СПРЯМУВАННЯ

31 травня 2018 р.

**Матеріали міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції**

**Львів
2018**

Двадцять сьомі економіко-правові дискусії (економічне спрямування): матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. - Львів, 2018.- 111 с.

УДК 330 (063)
ББК 65я431

ISSN 2522-963X

В збірнику опубліковані доповіді з економічних та юридичних питань, які оприлюднені на сайті www.spilnota.net.ua.

Збірники матеріалів науково-практичних інтернет-конференцій включаються до наукометричної бази даних "PIHЦ/RSCI".

Адреса оргкомітету:
79016, м. Львів, а/с 1621
E-mail: spilnota.net.ua@ukr.net

Оргкомітет Наукової спільноти не завжди поділяє думку учасників. В збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Повну відповідальність за достовірність несуть учасники, їх наукові керівники та рецензенти.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерело є обов'язкове.

ЕКОНОМІЧНЕ СПРЯМУВАННЯ

Економіка, організація і управління підприємствами, галузями, комплексами



*Kasianova Anastasia
PhD, Associate Professor of the
Economics and Finance of an
Enterprise Department, Kyiv National
University of Trade and Economics*

CORPORATE REORGANIZATION ISSUES IN UKRAINE AND IN THE USA

Corporations reorganize and restructure themselves for various reasons and in numerous ways. Companies reorganize themselves to increase profits and improve efficiency. The reorganization of a company typically addresses the efficiency component in an attempt to increase profits. Corporate reorganization normally occurs following new acquisitions, buyouts, takeovers, other forms of new ownership, or even the threat of filing for bankruptcy [1]. A reorganization is only feasible where, as an economic matter, the shareholders of the acquired company are willing to continue to own an equity interest in the combined entity.

In tax-free reorganization, the tax attributes of the acquired company will be inherited by the buyer, either directly (in the case of an asset reorganization) or because they are retained by the acquired company itself (where that company remains in existence and its stock is acquired). Similar treatment is available in the case of a taxable stock purchase, but not a taxable asset purchase. In any event, substantial limitations may affect the ability of the buyer to take advantage of loss carryovers and other favorable tax attributes. Countries typically have specific rules for tax-free reorganization in their tax laws. In the USA, the objective of these rules is not to grant a tax exemption to the companies or shareholders involved, but to “neutralize” the tax consequences of business reorganization, so that the reorganization involves neither a tax advantage nor a tax disadvantage. The term “tax-free” is a misnomer because the tax is not eliminated, but will be realized when a later taxable transaction occurs [1]. In other words, reorganization refers to the sale or merger of a company that involves a change in ownership, legal and management level changes, as well as a change in stocks. It is a court-supervised formal process that restructures a company’s finances after it faces bankruptcy.

In addition to meeting the continuity of interest requirement, reorganization must meet various technical requirements under the U.S. Revenue Code, Part III, Paragraph 368 [3]. The precise requirements vary with the particular form of reorganization used. The Code presupposes seven types of reorganizations which are legislatively declared and collated in four categories. Figure 1 demonstrates a comparative study of categories and types of reorganizations citing the Revenue Code and relying on the source [2] where there was given a comparative study of advantages and disadvantages of different types of corporate reorganizations.

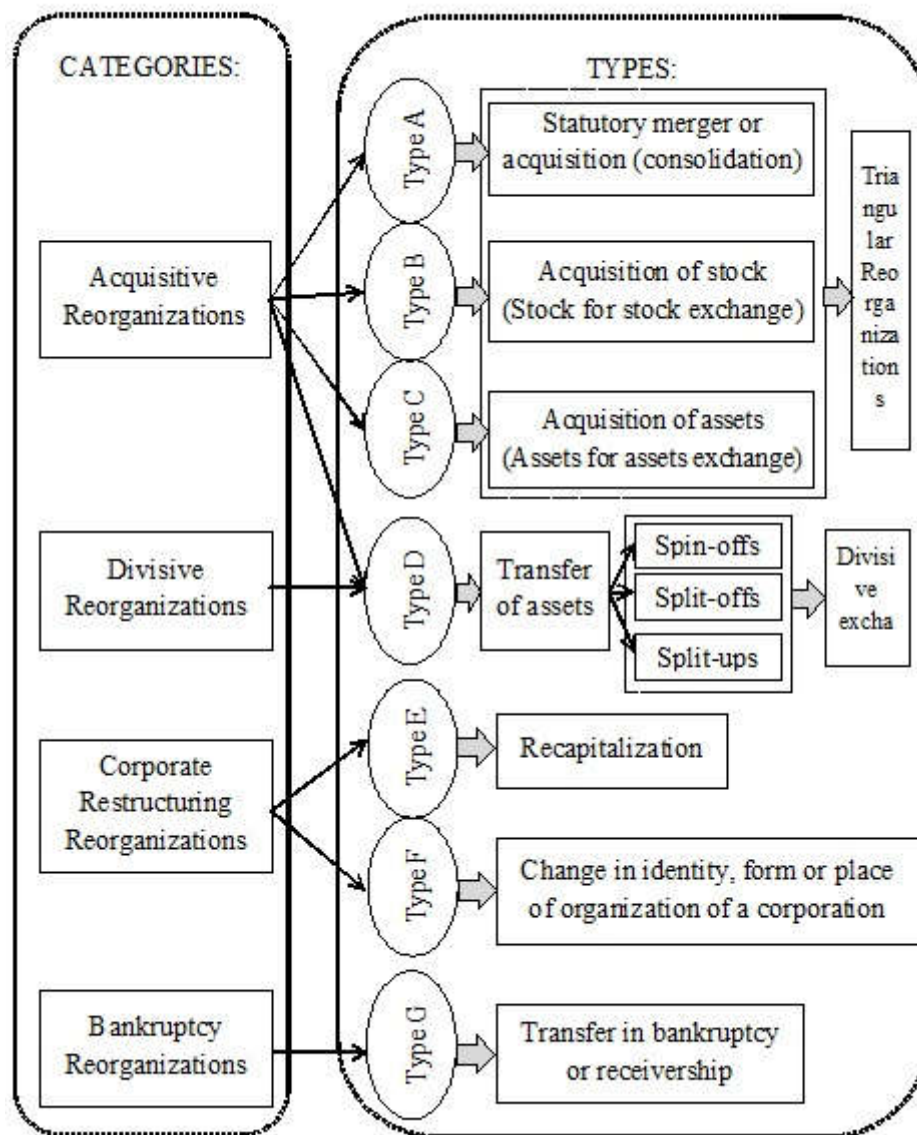


Figure 1. Categories and Types of Corporate Reorganizations in the USA

As to Ukrainian legislation, the term “reorganization” has several interpretations in law depending on the purposes of legal regulation of certain confidential relations.

The Civil Code of Ukraine [4] practically does not regulate relations of reorganization (this term is mentioned in the Code only once), addressing them as the issues of termination of activity of one legal entity and creation or transformation of another one. According to the Article 104 of the Civil Code of Ukraine [4], termination of a legal entity occurs as a result of transfer of its property, responsibilities and rights to another legal entity or several succession-seekers in one of the following ways: division, split, transformation, merger, takeover. These are types of reorganization. However, not every reorganization of an enterprise can be connected with termination of activity because a reorganized enterprise often continues to exist after a new company has split off from it. Such an enterprise needs to make appropriate changes to the statutory documents or to re-register.

Reorganization of an enterprise which misuses its monopoly position at the market may also be carried out through its compulsory division in the manner prescribed by law.

In a broader sense, reorganization is a complete or partial replacement of the owners of corporate rights of an enterprise, is a change in the organizational and legal form of business organization, is elimination of certain structural units or creation of some new ones on the basis of an old enterprise, the consequence of which would be a transfer or taking possession of its property, funds, rights and responsibilities by a successor.

The form of the future reorganization of an enterprise is determined, first of all, by the reasons and motives which encourage the owners and management of an enterprise to make reorganization. There are following directions of reorganization in Ukrainian legislation:

(1) integration of a going-concern enterprise. Is carried out by way of merger, consolidation, takeover;

(2) division of a going-concern enterprise. Is carried out by dividing or splitting of an enterprise;

(3) transformation of an enterprise. In this case, changes in size of an enterprise are not stipulated.

Figure 2 summarizes the above-mentioned directions and types of reorganization at Ukrainian enterprises into the following way.

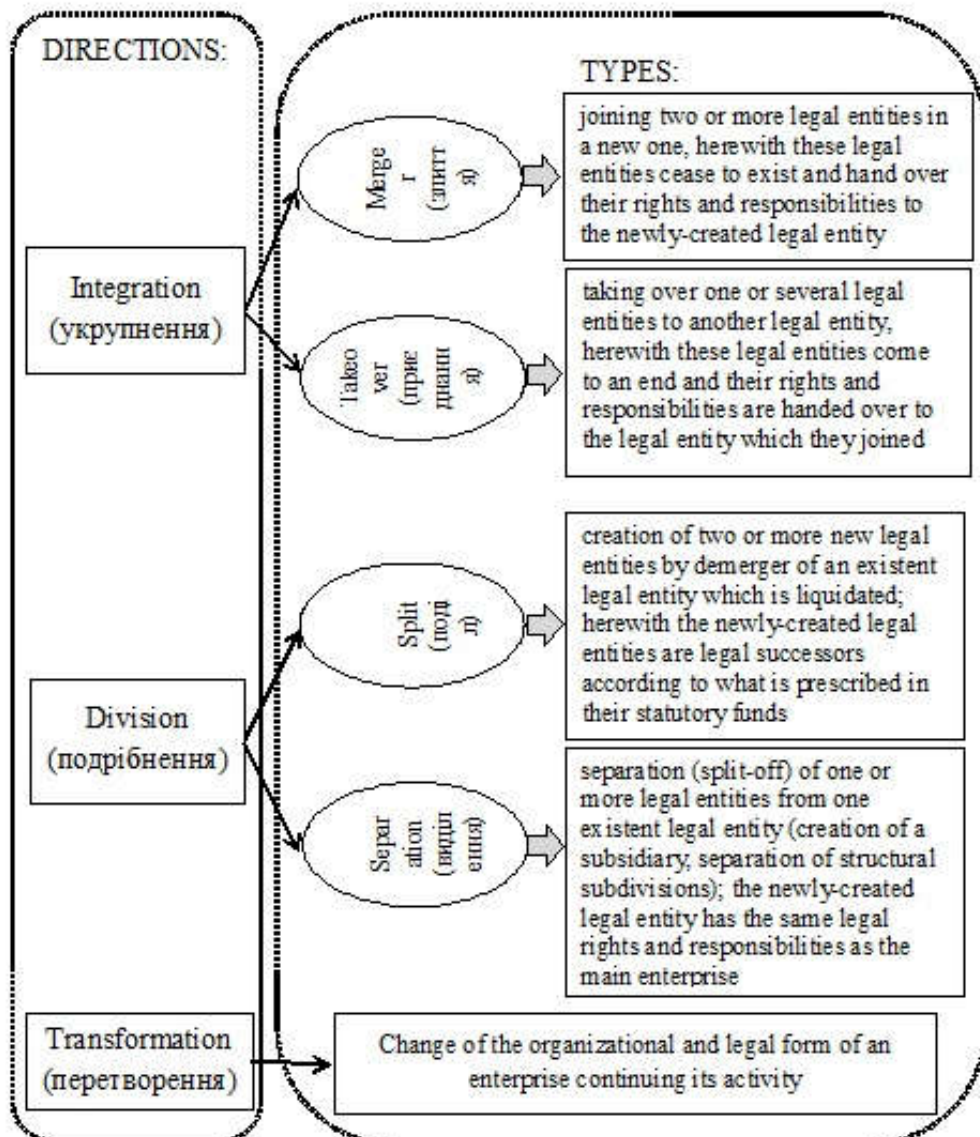


Figure 2. Directions and Types of Reorganization at Ukrainian Enterprises

Unlike the USA, in Ukraine the tax system does not provide for transactions described above. The types of reorganization presented above reveal their peculiarities which help understand their specification and possibility (as well as impossibility) to choose one of them while reorganizing a company. The variety of divisive, acquisitive and corporate restructuring alternatives enables to apply corporate reorganizations in our country on a broad scale. When the top priority is to make existing business viable by reorganizing it through merger or division, it is necessary to think about Ukrainian rules in civil or commercial law that would allow mergers from the very beginning, acquisitions or divisions, and also to think about their tax implications. The above problem is an object of development in our country further on.

References:

1. How Mergers and Acquisitions Can Affect A Company / [On-line Resource]. – Access mode : <http://www.investopedia.com/articles/investing/102914/how-mergers-and-acquisitions-can-affect-company.asp#ixzz41817a7Zk>.
2. Kasianova A.O. Corporate Reorganizations: International Experience // A.O. Kasianova. – Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – Київ, КНТЕУ, 2018. – №1. – С. 37-48.
3. Definitions Relating to Corporate Reorganizations : U.S. Code, Title 26 – Internal Revenue Code, Subtitle A – Income Taxes, Section 368 [On-line Resource]. – Legal Information Institute. – Access mode : <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/26/368>.
4. Цивільний кодекс України [Civil Code of Ukraine] / [On-line Resource]. – Access mode : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page2>.

*Іванцов Віктор Володимирович
Вінницький інститут
конструювання одягу і
підприємництва*

ДЖЕРЕЛА ЛОКАЛЬНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ШВЕЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Однієї із найбільш специфічних галузей легкої промисловості є швейна, розвиток якої має важливе народно-господарське значення. Проблема конкурентоспроможності підприємств знайшла відображення в наукових працях провідних вчених економістів. Так, Портером М. у 90-х роках ХХ ст.. була розроблена парадигма регіональної конкуренції, що ґрунтується на глобальній стратегії конкурентних переваг. Він досить чітко сформував ідею внутрішнього добробуту регіону, який, на його думку, значною мірою залежить від продуктивності праці у галузях спеціалізації, притаманних для цього регіону [3].

Грейсон Дж. К. мл., О'Делік конкурентоспроможність країни визначають як «здібність ... виробляти товари і послуги, котрі реалізуються на міжнародних ринках, при підтримці або підвищенні життєвих стандартів рівних або найбільш високих, чим у конкурентів».

З розвитком ринкових відносин в економіці України змінився сам підхід до вивчення проблем конкурентоспроможності: в наукових працях Аніскіна Ю., Вірули М., Горбашко Є., Долинської М., Ігольнікова Г., Іванова Ю., Каретникової Т., Курського В., Липсиця І., Моїсеївої М.,

Патрушевої О., Юданова А. та ін. визначення, аналіз, оцінка та шляхи досягнення конкурентоспроможності продукції розглядаються не з галузевих позицій, як це було в попередні роки, а з позиції окремого підприємства, його можливостей в області виробництва та збуту. Слід відмітити, що в економічній літературі не існує єдиного визначення конкурентоспроможності продукції та єдиних поглядів на конкурентні переваги. Узагальнення накопиченого в вітчизняній та зарубіжній літературі досвіду забезпечення конкурентоспроможності продукції приводить до висновку про необхідність комплексного розгляду даної проблеми у взаємозв'язку з умовами конкурентного середовища підприємства та його внутрішніми можливостями.

У червні 2005 року створена Рада конкурентоспроможності України, яка взяла на себе роль провідника ідеї конкуренції і конкурентоспроможності України в суспільстві: країна, регіон, підприємство [2].

В епоху глобалізації та загострення конкуренції на вітчизняних і зовнішніх ринках підприємствам швейної промисловості за для забезпечення міцних конкурентних позицій необхідні дієві конкурентні переваги.

Суперництво повинно йти шляхом зміщення акценту з низької зарплати до низьких загальних витрат, що потребує досконалості ефективності виробництва. Конкуренція також повинна еволюціонувати за рамками витрат, в основному за рахунок диференціацій, зміщуватися від імітації до інвестицій і від низьких інвестицій до високих інвестицій не тільки в плані матеріальних активів, але й у відношенні кваліфікації робітників та і використанні технологій.

В сучасних умовах стан функціонування і розвитку швейних підприємств України досить складних. Для виходу зі скрутного становища та підвищення ефективності діяльності вітчизняні підприємства – виробники одягу повинні додатково вживати конкретних заходів, щоб набути певних конкурентних переваг. Дослідження дозволило сформулювати джерела локальних конкурентних переваг підприємств швейної промисловості (рис.1).

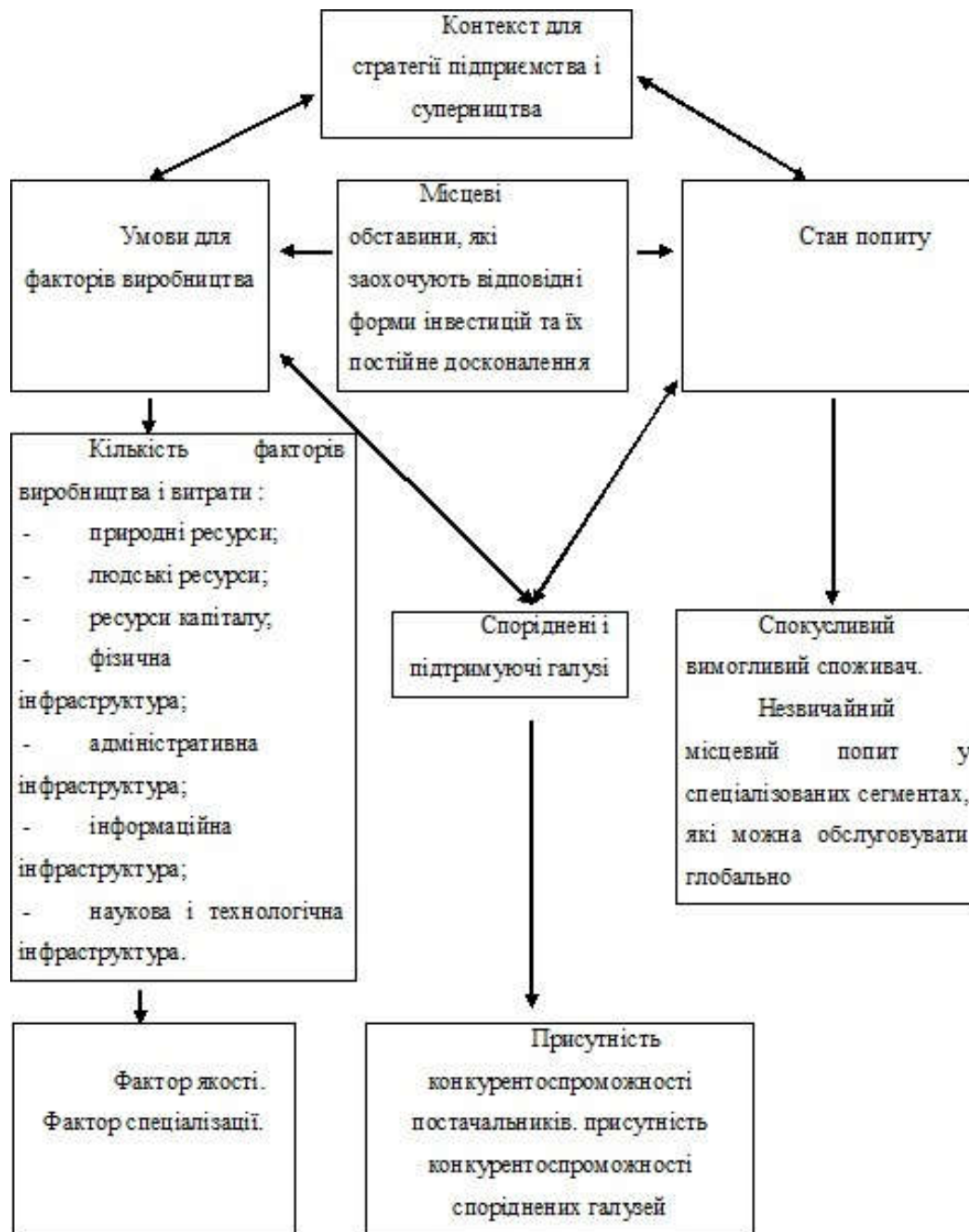


Рис. 1. Джерела локальних конкурентних переваг.

Контекст для стратегії та конкуренції можна розділити на два основні напрями. Одне з них – існуючий клімат для інвестицій у всіх його напрямках. Зростаюча інтенсивність інвестування конкуренції необхідна для підтримки більш складних форм конкуренції та більш високих рівнів продуктивності. Макроекономічна та політична стабільність формує контекст для інвестицій, але не менш важливою є мікроекономічна політика: Структура системи оподаткування, система корпоративного управління, політика на ринку праці, які впливають на розвиток стимулу для робочої сили, а також посилення законодавства в області інтелектуальної власності, поряд з іншими факторами мікроекономіки.

Другим параметром контексту для конкуренції є місцева економічна політика, яка впливає вже сама по собі на суперництво. Відкритість для торгівлі та іноземних інвестицій, державно власність, правила ліцензування, антимонопольне законодавство, а також вплив корупції, поряд з іншими аспектами, які мають вирішальне значення у встановленні інтенсивності місцевої конкуренції. На характер конкуренції також сильно впливають багато інших аспектів економічних обставин (таких як доступних факторів виробництва в умовах для місцевого попиту).

Підприємства, які працюють в умовах низько продуктивної економіки, вивчають попит, в першу чергу на зовнішніх ринках.

Просування вперед потребує розвитку внутрішніх ринків зі зростаючим попитом. Присутність або поява вибагливих внутрішніх споживачів примушує виробників розвивати проникливість по відношенню до існуючих і майбутнім потребам попиту. Локальний попит здатний також виявляти ті сегменти ринку, у яких підприємств можуть проводити диференціацію. У світовій економіці якість місцевого попиту має більше значення, чим його розмір [4].

Присутність споріднених і підтримуючих підприємств швейної промисловості у деякій місцевості забезпечують ефективність спільного маркетингу (наприклад, рекомендації підприємства, підвищення вірогідності того, що замовники будуть віддавати перевагу виробам швейної промисловості, торговельні виставки, торговельні журнали і рекламні компанії). Це може також підвищувати репутації регіону в тому, що замовники будуть віддавати перевагу розташованому там виробнику або гендлярю. Наприклад, Італія добилась міцної позиції в моді та дизайні, що створює певні переваги для підприємств, які виробляють одяг, шкіряні вироби, прикраси та аксесуари. Ця позиція є спільним досягненням для всіх підприємств, які працюють в індустрії моди.

При сучасному рівні розвитку суспільства підвищенні конкурентоспроможності швейного підприємства є одним із найважливіших завдань, від вирішення якого залежить ефективність та успішність його діяльності. Конкурентоспроможність підприємства – це спроможність досягти поставлених за наявності певних конкурентних переваг та усвідомлення їх цінності споживачем.

Література:

1. Грейсон Дж. К. мл., О'Делик./Американський менеджмент на порозі ХХІ века,-М.: Экономика, 1991.-319 с.
2. Конкурентоспроможність: країна, регіон, підприємство/Рада конкурентоспроможності України; За ред. Полунєєва Ю.В. – К. : ЛАТ, 2006 – 176 с.

3. Портер М., Стратегія конкуренції/М. Портер; [пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський] К. : Основи, 1998. – 390 с.
4. Романова А.Е., Арашуков В.П. , Агропромышленные кластеры: теория и практика/А.Е. Романов, В.П. Арашуков.- Тула: Гриф. – К., 2009 – 145 с.

*Вантух Марія Михайлівна
Львівський національний
університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: Замроз Мар'яна
Володимирівна, Львівський
національний університет імені
Івана Франка*

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Актуальність теми. Успіх діяльності людини значно залежить від мотивації. Чим вищим є рівень мотивації (чим більше факторів спонукають людину до діяльності та чим більша їх сила), тим більше зусиль людина прикладе для досягнення успіху. Високомотивовані працівники більше працюють, і як правило, досягають кращих результатів. При управлінні мотивацією на підприємствах необхідно враховувати, що люди з більшим ступенем мотивації працюють продуктивніше не залежно від рівня їх здібностей чи навичок. У зв'язку з цим питання мотивації працівників підприємства задля досягнення ефективної роботи як самих працівників, так і підприємства в цілому є актуальним.

Мотивацію праці досліджували багато відомих науковців: А. Маслоу, Д. Аткинсон, М. Туган–Барановський, Д. Мак–Клеланд, В. Врум, Дж. Адамс, Л. Портер, Е. Лоулер та багато інших. Значних досягнень у дослідженні теорії мотивації праці здобули такі вітчизняні вчені, як: А. Колот, О. Кузьмін, Г. Куликов, В. Лагутін, В. Новиков, О. Павловська та багато інших. Проте в сьогоденних ринкових умовах на багатьох підприємствах залишаються не достатньо вирішеними питання ефективної мотивації працівників.

Постановка завдання. Успіх управління організацією багато в чому визначається системою мотивації праці. Разом з тим, методичні підходи до аналізу та оцінки зазначеного феномену в сучасних умовах

залишаються недостатньо опрацьованими, що визначає актуальність обраної теми роботи.

Результати дослідження.

Мотивування являє собою процес формування такого психологічного стану людини, який зумовлює її поведінку, здійснює установку до діяльності, спрямовує і активізує її. Своєю чергою, мотивація праці являє собою прагнення працівника задовольнити свої потреби; в загальному розумінні – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які зумовлюють людину до трудової діяльності і надають їй цілеспрямованість, орієнтовану на досягнення цілей. Відтак кожна фірма намагається створити таку систему стимулювання праці, за якої працівник буде зацікавлений не тільки у підвищенні рівня особистого трудового внеску, а й у підвищенні ефективності роботи фірми у цілому.

Поняття «мотивація праці» в науковій літературі вживається як у широкому, так і в вузькому розумінні. У широкому значенні цього поняття воно охоплює всі, що використовуються в управлінні, методи мотивації, впливу, винагороди, зокрема адміністративні, економічні (матеріальні), соціально–регулятивні. У вузькому розумінні мотивація праці фактично збігається з соціальною регуляцією праці – соціальною мотивацією трудової поведінки, коли спонукання до трудової діяльності здійснюється через задоволення різноманітних потреб особистості, соціальної групи чи трудового колективу. Подібний вплив пов'язаний з одержанням людиною задоволення від реалізації її цілей, потреб. І воно нерідко спонукає до трудової поведінки сильніше, ніж безпосередній (адміністративний, економічний) вплив [2, с. 87-88].

Виходячи з того, що об'єктом мотивування є працівники різних (вищого, середнього та нижчого) рівнів управління, вважаємо, що треба брати до уваги відмінність їх мотивації до виробничо–управлінської діяльності. Директори, керівники підприємств та організацій, виходячи із об'єму своїх компетенцій та відносної відсутності централізованого контролю, мають специфічні потреби та інтереси, які й визначають мотиви їх діяльності. Водночас для керівників структурних підрозділів, спеціалістів визначальними, крім підвищення зарплати, є кар'єрний ріст, розширення участі в управлінні та прийнятті рішень, одержання організаційної свободи, розширення елементів творчості в процесі роботи.

Сучасна практика зарубіжних та українських підприємств свідчить про тенденцію до суттєвих змін в системі мотивації персоналу. Для працівників, перш за все працюючої молоді, характерні інші орієнтації спонукальних мотивів до трудової діяльності. При цьому на перший план висувуються самореалізація і саморозвиток (нематеріальна мотивація). Якщо говорити в цілому, то в Україні існують певні труднощі з

мотивуванням персоналу. Це, перш за все, пов'язано з тим, що найбільш дієвими інструментами мотивації у нас є фінансові, проте більшість керівників прагнуть не витратити кошти на мотивування персоналу. Тому частіше використовують певні санкції за невиконання завдання. Винагороди та різного роду премії також трапляються, але призначені для найкращих працівників. Нематеріальна мотивація у нас також використовується, але меншою мірою, оскільки є менш дієвою. Хоч на підприємствах і створюється певна культура та традиції, що сприяє ефективному виконанню роботи, проте фінансові виплати – найкращий стимул для українців, оскільки заробітні плати порівняно з цінами зростають меншими темпами [1, с. 54–55].

За сучасних умов також застосовують наступні методи нематеріальної мотивації працівників: сприятливий режим робочого часу, надання додаткового вільного часу, підкреслення важливої ролі працівника, розподіл влади, нагородження різного роду дипломами, призами, проведення різних стажувань, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, перерозподіл робочого часу, покращення умов праці, планування кар'єри [5, с. 37].

До моральних способів мотивації відноситься визнання заслуг (особисте та публічне). Суть особистого визнання полягає в тому, що працівники, які позитивно виділилися у справах підприємства, згадуються в доповідях вищому керівництву фірми чи особисто представляються йому, одержують право підпису відповідальних документів, у розробці яких вони брали участь, персонально вітаються дирекцією з нагоди свят [7, с. 10].

Відмітимо, що кожен із методів мотивації праці має відмінні форми застосування та різні ступені ефективності в вітчизняних реаліях. [8]. Практика свідчить про значний стимулювальний ефект додаткових відпусток за специфічні умови праці, яких є надзвичайно багато, за результати праці, що відрізняються від нормативних [9]. Додаткові відпустки мають сприяти залученню до певних видів діяльності, створювати додаткові стимули для закріплення персоналу на конкретному підприємстві, компенсувати підвищене психологічне чи фізичне навантаження на працівника в процесі роботи.

В останні роки набув значного поширення набуло стимулювання за рахунок перерозподілу робочого часу. Найпоширенішою формою регулювання робочого часу є змінний графік. Дуже поширені й ефективно застосовуються змінні графіки роботи в західноєвропейських країнах. Так, уже на початку 80-х років їх використовували 75 % фірм Франції, 69 % – Нідерландів, 68 % – ФРН, 66 % – Швеції. За умов застосування змінних графіків працівники отримують значно більшу можливість в

індивідуальному порядку координувати професійні й особисті інтереси та обов'язки [7]. Новий ступінь свободи в розпорядженні робочим часом потребує самоорганізації працівника, підвищення особистої відповідальності за використання ресурсів праці. Ці обставини можна розглядати як складові посилення мотивації до праці. Однозначно слід врахувати, що право працювати у вільному режимі доцільно надавати лише тим працівникам, які засвідчили свою високу свідомість, організованість та дисциплінованість.

Вважаємо, що українським керівникам слід звернути увагу на такі види нематеріальної мотивації працівників, як:

- переведення працівника на більш високу, престижну посаду;
- надання йому більшої самостійності у прийнятті рішень;
- покладення на нього більш складних задач, проектів;
- забезпечення йому кращих умов, покращення робочого місця, тощо;
- надання працівникам знижок на продукцію, яку випускає підприємство;
- надання кредиту на придбання житла, авто тощо.

Враховуючи міжнародний досвід використання методів мотивування працівників, на нашу думку, варто запропонувати такі шляхи вдосконалення мотивації праці:

- бажано мати спеціалістів, які б займалися роботою з персоналом, досліджували б їх внутрішні мотиви до праці та цінності, з'ясували б реальні потреби працівників (можуть бути психологи, працівники відділу кадрів тощо);
- виробити чіткі та прозорі критерії оцінки персоналу;
- частіше використовувати нематеріальне стимулювання: грамоти за досягнення успіхів, похвальні листи, усні компліменти та похвалу тощо;
- проводити різні конкурси з цінними призами для кращих працівників;
- поліпшувати умови праці працівників, розширювати соціальний пакет;
- розширювати повноваження працівника в контексті прийняття рішень;
- створити диференційовану систему винагород: у відділі продажу запроваджувати бонуси і виплату відсотків від угод; для певної категорії працівників мотивацією є навчання (підвищення кваліфікації), для інших – оплата проїзду до місця роботи; для керівного складу мотивувальним чинником є акції та опціони на їх купівлю; активніше використовувати премії та доплати за досягнуті успіхи та відповідальне виконання своїх

повноважень; запровадити використання премій за тривалий термін роботи у компанії.

Висновки. Отже, система мотивації праці є однією з важливих складових системи управління персоналом в організації. Мотивація праці – це частина економічного стимулювання, яка являє собою процес зовнішнього впливу на працівника через матеріальні та нематеріальні форми з метою отримання бажаних результатів виробництва. Поняття «мотивація праці» охоплює всі методи мотивації, впливу, винагороди, зокрема адміністративні, економічні (матеріальні), соціально–регулятивні. За сучасних умов доцільно застосовувати передусім методи нематеріальної мотивації працівників.

Список використаних джерел:

1. Азарова А.О. Дослідження множини чинників нематеріальної мотивації на підприємстві / А.О. Азарова, О.А. Ковальчук // Економічний простір. – 2010. – № 5. – С. 53–58.
2. Бортник В.А. Матеріальне стимулювання як чинник ефективності використання кадрового потенціалу / В.А. Бортник // Вісник. Київський інститут бізнесу та технологій. – 2010. – № 2. – С.87–88.
3. Гриньова В.М. Проблеми мотивації праці персоналу підприємства : монографія / В.М. Гриньова, І.А. Грузіна. – Х. : ІНЖЕК, 2007. – 184 с.
4. Дмитренко Г.А. Мотивация и оценка персонала / Г.А. Дмитренко, Е.А. Шарапова, Т.М. Максименко. – К. : МАУП, 2012. – 248 с.
5. Іванов С.Л. Роль нематеріальних чинників мотивації праці у формуванні людського капіталу сучасного підприємства в Україні / С.Л. Іванов // Наукові праці НДФІ. – 2010. – № 5. – С. 34–38.
6. Кір'ян Т. Проблемні питання реформування систем матеріального і нематеріального стимулювання праці в Україні / Т. Кір'ян // Україна : аспекти праці. – 2013. – №2. – С. 32–34.
7. Новак І. Соціальний пакет як механізм удосконалення оплати праці / І. Новак // Україна : аспекти праці. – 2008. – № 2. – С. 6–12.
8. Прогресивні форми організації і оплати праці – основи ефективного управління підприємством : монографія / Т.А. Костишина, Н.І. Огруд, Л.В. Степанова, О.І. Єрещенко. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2015. – 241 с.
9. Салун М.М. Механізми соціально–економічної мотивації працівників : монографія / М.М. Салун, О.В. Майстренко. – Х. : ХНЕУ, 2010. – 184 с.

*Гаранко Єлизавета Федорівна
студентка 4 курсу факультету
міжнародних відносин Львівського
національного університету ім. Івана
Франка*

*Фірман Володимир Михайлович
доцент, кандидат технічних наук,
доцент кафедри безпеки
життєдіяльності Львівського
національного університету ім. Івана
Франка, м.Львів, Україна*

ПРОБЛЕМАТИКА ЗАСОБІВ ІНДИВІДУАЛЬНОГО І УСУНЕННЯ НЕБЕЗПЕКИ ШЛЯХОМ ЗАСТОСУВАННЯ ШТРАФІВ І РЕКОМЕНДАЦІЙ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЗІЗ

Проблема створення безпечних і хороших умов праці завжди була актуальною, про це свідчить статистик нещасних випадків, рівень небезпеки і нещасних випадків зменшилися, але статистика в Україні набагато вища ніж показники інших країн світу. За статистичними даними МОП, кількість нещасних випадків на виробництві у світі неухильно зростає і становить на теперішній час 4 965 (з них 332 - смертельно) потерпілих від нещасних випадків на виробництві, на яких складено акти за формою Н-1. У тому числі складено 4 440 (в т.ч. смертельно – 231) актів за формою Н-1 на випадки, що сталися і розслідування яких закінчилось у звітному періоді, та 525 (в т.ч. смертельно – 101) актів на випадки, що сталися у минулих роках, а акти на них складені у звітному періоді.

У 2017 році у порівнянні з 2016 роком кількість страхових нещасних випадків збільшилась на 4,2 % (з 4766 до 4965), кількість смертельно травмованих осіб зменшилась на 8,8 % (з 364 до 332).[2]

Рівень травматизму і профзахворюваності значно вищий у країнах, що розвиваються, ніж у промислово розвинутих державах. Головною метою нашої держави і її державної політики у сфері охорони праці є збереження життя, здоров'я і працездатності громадян в процесі трудової діяльності. Але теперішній стан охорони праці не на тому рівні, на якому він повинен бути і ніяк не може в потрібній мірі задовольнити потреби нашого суспільства і у повній мірі створити безпечні умови праці.

Проблематика засобів індивідуального захисту і забезпечення ними працівників є досить поширеною, тому що українське забезпечення ЗІЗ не

завжди буває якісним і на належному рівні, через що працівники отримують профзахворювання або травми на виробництвах.

У кодексі Закону про працю 163 стаття [4] і ст.8 закону України[4], безкоштовно видають спецодяг, спецвзуття та інші ЗІЗ та знешкоджувальні засоби тим працівникам, які зайняті на роботах

- за шкідливими та небезпечними умовами;

- пов'язаних із забрудненням або несприятливими метеорологічними умовами;

- разових, пов'язаних з ліквідацією наслідків аварій, стихійного лиха тощо, не передбачених трудовим договором.

Також ЗІЗ, які придбаються для користування працівниками, робітниками підприємства повинні мати наступні документи:

- інструкцію з експлуатації, збереження, очищення, обслуговування та дезінфекції засобу захисту;

- висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи

- сертифікат перевірки типу

- декларацію про відповідність вимогам Технічного регламенту

- на продукції повинно бути маркування відповідно до Постанови Кабміну Міністрів України від 29.11.2011 №1599 «Про затвердження опису та правил застосування національного знака відповідності»[3]

Бувають випадки, коли деякими пунктами нехтують, що призводить до порушень норм забезпечення ЗІЗ працівників виробництва. А у разі травм і профзахворювань роботодавець повинен виплатити відшкодування постраждалим за нанесену шкоду під час роботи через неналежний стан ЗІЗ. У випадку невідповідності ЗІЗ встановленим вимогам до посадових осіб суб'єктів господарювання, які відповідають за придбання або видачу ЗІЗ зможуть застосувати штрафи у розмірі передбаченому ст.41 ч.5 Кодексу України про адміністративні правопорушення[5]. Далі само собою перевірки щодо ЗІЗ і внесення до «Акту перевірки суб'єкта господарювання у розділі 5.А у разі передчасного зношення цих засобів не з вини працівника роботодавець зобов'язаний замінити їх за свій же рахунок.

У питанні порушення норм забезпечення ЗІЗ працівників виробництва і у разі травм і профзахворювань, потрібно застосовувати рекомендації, перевірки і спецнавчання для роботодавців і працівників, щоб уникнути такого в подальшому.

На нашу думку, питанням на порядку денному в охороні праці, в сучасних законах, які включають в себе це питання – повинна бути безпека і належний рівень ЗІЗ, захист працівників. Проте часто працівники в першу чергу орієнтуються в пошуках роботи не на гідні безпечні умови праці, нормальне забезпечення ЗІЗ, правовий захист, а

суто на заробітну плату і перспективи її підвищення. Влада у свою чергу не займається питанням безпеки на виробництві і не намагається змінити критичну ситуацію у сфері безпеки праці, з якою часто стикається людство загалом.

Ми думаємо, що найефективнішим засобом покращення умов праці і якості ЗІЗ в сучасних перспективах розвитку України – це розробити і створити точний дієвий механізм, який гідно і стабільно буде регулювати правову базу норм ЗІЗ, впроваджувати ефективні заходи проти порушень цих норм і правових основ охорони праці який змінить критичну ситуацію, яка є наразі.

Список використаних джерел

1. [ЗАКОН УКРАЇНИ Про внесення змін і доповнень, що стосуються охорони праці, до Кодексу законів про працю України : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ru/3694-12>]
2. [Профілактика виробничого травматизму та професійних захворювань за 2017 рік:<http://www.fssu.gov.ua/fse/control/main/uk/publish/article/951811>]
3. [Постанови Кабміну Міністрів України від 29.11.2011 №1599 : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1599-2001-%D0%BF>]
4. [Закону України "Про охорону праці" : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2694-12>]
5. [Кодекс України про адміністративні правопорушення : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/80731-10>]

*Діденко Єлизавета Андріївна
студентка, Київський національний
торговельно-економічний
університет, м. Київ*

*Науковий керівник: Рибак Руслана
Іванівна, старший викладач,
Київський національний торговельно-
економічний університет*

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

За умов ринкової економіки значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового стану підприємств, оцінки платоспроможності, фінансової стійкості та пошуку шляхів підвищення і

зміцнення фінансової стабільності. Важливою характеристикою фінансового стану підприємства є оцінка його платоспроможності, під якою прийнято розуміти спроможність підприємства розраховуватися за своїми зобов'язаннями.

Існує чимало визначень поняття «платоспроможність» як вітчизняними так і зарубіжними вченими, деякі з них наведені в таблиці 1 [1].

Таблиця 1

Підходи до визначення економічної сутності платоспроможності підприємства

Автор	Визначення
Західні науковці (Й.Ворст, П.Ревентлоу, Дж.Депаленса,)	Й. Ворст, П. Ревентлоу - платоспроможність підприємства – це здатність витримувати збитки. Поняття «платоспроможність» охоплює спроможність і можливість юридичної або фізичної особи своєчасно погасити всі види заборгованості...»
Російські вчені (В.В.Ковальов, М.М.Крейніна, М.С.Абрютіна)	В.В. Ковальов - платоспроможність означає наявність у підприємства грошових ресурсів та їхніх еквівалентів, достатніх для розрахунків за кредиторською заборгованістю. М.М. Крейніна - платоспроможність – це наявність у підприємства коштів, достатніх для сплати боргів за всіма короткостроковими зобов'язаннями. М.С. Абрютіна - платоспроможність означає достатність ліквідності активів для погашення в будь- який момент усіх своїх короткострокових зобов'язань перед кредиторами.
Вітчизняні вчені економісти (Н.В. Тарасенко, В.І.Івашенко, М.А.Болюх, Є.В.Мних, В.М. Мельник)	Н.В. Тарасенко - Платоспроможність – наявність у підприємства коштів для погашення ним у встановлений термін і в повному обсязі своїх боргових зобов'язань, які впливають із кредитних та інших операцій грошового характеру. Є.В. Мних - Платоспроможним вважається підприємство, якщо його загальні активи більші, ніж довгострокові та короткострокові зобов'язання

Метою оцінки платоспроможності підприємства є розробка і реалізація заходів, направлених на швидке її відновлення, відновлення достатнього рівня фінансової стійкості підприємства, встановлення можливості підприємства продовжувати свою господарську діяльність, подальшого розвитку, забезпечення прибутковості і зростання потенціалу і ухвалення відповідних рішень [2].

Платоспроможність підприємства визначається системою показників, наведеної в таблиці 2

Таблиця 2

Показники платоспроможності підприємства

Показник	Формула	Значення
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$K_{аб.л} = \frac{\Gamma + ПФІ}{ПЗЗ}$	Він демонструє частку поточної заборгованості, яку підприємство в змозі погасити в найкоротший термін. Критеріальні значення (0,2-1)

Коефіцієнт поточної ліквідності (загальний коефіцієнт покриття)	$K_{пл.л.} = \frac{OA}{ПЗЗ}$	Показує загальну оцінку платоспроможності підприємства, його платіжних можливостей покриття короткострокових зобов'язань. Критеріальні значення (1-3)
Проміжний коефіцієнт покриття	$K_{пок.} = \frac{OA-З}{ПЗЗ}$	Це своєрідна оцінка ступеня покриття короткострокових зобов'язань лише за рахунок грошових коштів та дебіторської заборгованості. Оптимальне значення - 0,7-0,8.

Для підвищення ефективності використання фінансових коштів підприємства необхідно впровадити заходи, які сприятимуть збільшенню прибутку, зменшенню вартості матеріальних активів та дебіторської заборгованості, а також оптимізації структури капіталу підприємства [38].

Перш за все, підприємствам потрібно здійснювати аналіз та пошук внутрішніх резервів по збільшенню прибутковості діяльності за рахунок підвищення якості товарів, зниження їх собівартості, раціонального використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Оскільки метою є підвищення показників ліквідності та платоспроможності, підприємству слід ввести управління запасами з метою оптимізації запасів матеріалів, незавершеного виробництва та готової продукції. Оптимізація їх рівня має вплинути на перерозподіл обігових коштів підприємства, в результаті чого очікується збільшення величини ліквідних грошових коштів та зменшення величини неліквідних виробничих запасів.

Один з варіантів підвищення платоспроможності підприємства є збільшення грошових коштів, що в свою чергу збільшить коефіцієнт абсолютної ліквідності. Це дозволить підприємству брати позики в банку для фінансування поточної діяльності. Збільшення грошових коштів можна забезпечити за рахунок реалізації та здачі в оренду виробничих фондів.

Як було зазначено, необхідно оцінювати платоспроможність балансу шляхом регулярних розрахунків відповідних коефіцієнтів.

У процесі аналізу балансу на ліквідність та платоспроможність можуть бути виявлені відхилення у бік зниження мінімально припустимих значень, як на досліджуваному підприємстві. У такому випадку потрібно привести показники у норму, за рахунок скорочення насамперед кредитів, заборгованості й інших видів залучених ресурсів, а також за рахунок збільшення власних засобів [4].

Крім того, для більш підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємству необхідно планувати свою фінансову діяльність та контролювати виконання фінансових планів.

Необхідно вивчати господарські та фінансові умови на ринку, специфіку клієнтури і тд.

Отже, основними заходами підвищення платоспроможності підприємства є:

- забезпечення достатнього розміру власного капіталу і його приросту в необхідних розмірах;
- зменшення собівартості продукції;
- підтримання оборотності запасів і дебіторської заборгованості на оптимальному рівні;
- комплексний та ретельний аналіз показників ліквідності і платоспроможності підприємства;
- управління запасами підприємства;
- систематичне планування і прогнозування необхідного розміру ліквідних засобів шляхом обліку всіх належних платежів і обліку грошових надходжень;
- визначення мінімально необхідної потреби в грошових активах для поточної господарської діяльності;
- забезпечення прискорення обороту грошових активів;
- першочергове спрямування прибутку на поповнення власного оборотного капіталу, тобто на збільшення частки власних коштів у джерелах покриття оборотних активів;
- використання можливості отримання довгострокових кредитів і позик у підприємницькій діяльності

Як бачимо, вирішення проблеми підвищення фінансової стійкості і ліквідності підприємства, що аналізується та збільшення наявності власних коштів є реальним і можливим перш за все за рахунок подальшого збільшення обсягу реалізації продукції, розмірів прибутку та підвищення рівня прибутковості.

Список використаної літератури

1. Надточій С. І. Аналіз грошових потоків підприємства з використанням динамічної мультиплікативної оцінки їх ефективності та дослідження їх рядів ди наміки / С. І. Надточій // Формування ринкових відносин в Україні. - 2006. - № 8 (63). - С. 82-85.
2. Коваленко Л.О., Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент// Знання, 3-тє вид. – 2008.
3. Ремньова Л. М. Управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства як складова фінансового менеджменту / Л. М. Ремньова // Актуальні проблеми економіки. - 2014. - №2 (32). - С. 87-95.
4. Подольська В.О., Ярім О.В. Фінансовий аналіз: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури. – 2008. – 488с

5. Ярошевська О.В. Методи оцінки ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства // Ярошевська О.В. - 2016. С.202-219

*Нотевський Євгеній Вячеславович
студент II курсу ДВНЗ «Київський
національний економічний
університет ім. В. Гетьмана»*

*Науковий керівник: Ткачук Олена
Володимирівна, кандидат
економічних наук, доцент, ДВНЗ
«Київський національний
економічний університет ім. В.
Гетьмана»*

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «BIG DATA» ЯК СКЛАДОВОЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

У сучасних умовах становлення і розвитку інформаційного суспільства в різних галузях економіки створюється і накопичується величезна кількість даних. У бізнесі, промисловому виробництві постійно збільшується обсяг технологічної інформації, медіа-даних, необхідних для управління підприємством, з'являються нові програми, сервіси та інструменти, засновані на застосуванні інформаційно-комунікаційних технологій. У результаті диджиталізації економіки зростає необхідність в інформаційних товарах і послугах. Для задоволення потреб клієнтів, компаніям доводиться обробляти і аналізувати величезні обсяги даних різного ступеня структурованості та з різних джерел. Таким чином, накопичена інформація стає стратегічно важливим активом, від ефективності управління яким суттєво залежать результати діяльності підприємства.

За останні роки людство виробило інформації більше, ніж за всю історію свого існування. З кожним роком обсяг інформації у світі збільшується в середньому на 40%. У результаті об'єднання процесів зростання потреби бізнесу в зборі, зберіганні, аналізі великих обсягів даних і створення технічного інструментарію, здатного оперативно обробляти дані з мінімальними витратами, з'явився цікавий і перспективний напрямок розвитку технологій під назвою Big Data (Великі дані) [1].

Технологія Big Data – це комплекс підходів, інструментів або методів обробки даних великих обсягів і значного різноманіття для отримання значимої і критично важливою бізнес-інформації. Дані можуть бути як обробленими (структурованими), так і розрізненими (неструктурованими). Існує певний набір характеристик, у яких закладено ключове поняття Big Data, усі вони вміщуються в «три V» [2]:

1. Volume – обсяг оброблюваної інформації;
2. Velocity – швидкість накопичення даних та обробки потоку даних;
3. Variety – різноманіття і недостатня структурованість даних.

Сфера використання технологій Великих Даних багатогранна і широка. Так, за допомогою Big Data можна вдосконалювати бізнес-процеси роботи з клієнтами, дізнаватися про їх переваги і смаки, про ефективність проведених маркетингових кампаній і пропозицій, або провести аналіз ризиків. Технології Big Data можуть бути корисні для вирішення основних завдань [2]: маркетинг і збільшення продажів; прогнозування ринкової ситуації; ефективне сегментування клієнтів; удосконалення продуктів і послуг; прийняття більш обґрунтованих управлінських і оперативних рішень на основі аналізу Big Data; підвищення рівня продуктивності праці; ефективна логістика; оптимізація портфеля інвестицій; моніторинг стану основних фондів.

На сьогоднішній день, розробкою інструментарію для роботи з Big Data займаються компанії, відомі у всьому світі – Oracle, Microsoft, IBM, SAP. Big Data є одним з основних драйверів формування інформаційно-комунікаційних технологій у сучасних умовах високотехнологічного виробництва [3].

За даними опитування фахівців з маркетингу компаній сектора ринків B2B (англ. Business to Business) і B2C (англ. Business to Consumer) у Великобританії і Європі, проведеного компаніями Circle Research і DNX, 43% менеджерів маркетингових відділів застосовують технології Big Data у своїй роботі, ще 40% планують почати використання Великих Даних протягом наступних трьох років [2]. На українському ринку сьогодні «володарями» величезних масивів даних про своїх користувачів є мобільні оператори «Київстар», «Vodafone Україна» та «Lifecell».

Однак зупинимося на проблемах впровадження і застосування Big Data. Одна з ключових проблем – оцінка ефективності проекту Великих Даних. По-перше, дані технології дозволяють різко скоротити витрати і час аналізу великої кількості відомостей і в найкоротші терміни підготувати інформацію для прийняття оперативних та управлінських рішень. По-друге, використання Big Data забезпечує індивідуалізацію та персоналізацію послуг на B2B і B2C ринках. [4]. Друга проблема пов'язана з навчанням і підготовкою кваліфікованих фахівців-

маркетологів, здатних застосовувати технологіями Big Data та управляти ними. Таким фахівцям, з одного боку, необхідно мати підготовку в галузі математичного обчислення, статистики, обробки і аналізу Великих Даних, уміти працювати з апаратно-програмним інструментарієм. З іншого боку, необхідно володіти навичками формулювання маркетингових завдань, для вирішення яких і використовують технології Big Data [4].

Отже, у сучасному світі, де інформація оновлюється з неймовірною швидкістю і надходить з різних джерел, компаніям доводиться працювати з величезними масивами даних. Технології Big Data дозволяють збирати, зберігати, структурувати і аналізувати великі обсяги інформації. Це допомагає керівництву фірми знаходити закономірності і причинно-наслідкові зв'язки між різними факторами і використовувати цю перевагу для отримання позитивних результатів. Беззаперечно, що використання технології «Big Data» є складовою інноваційного розвитку сучасних бізнес-структур.

Література:

1. Tech Pro Research: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.techproresearch.com/topic/big-data/>
2. Что такое Big data: собрали все самое важное о больших данных: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rb.ru/howto/chto-takoe-big-data/>
3. Соболева А.О. BIG DATA: ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sibac.info/studconf/science/xxxv/90865>
4. Big Data and the History of Information Storage: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.winshuttle.com/big-data-timeline/>

*Осаволюк Інна Василівна
студентка, Вінницький торговельно-
економічний інститут КНТЕУ*

*Мазуркевич Ірина Олександрівна
кандидат економічних наук, доцент,
Вінницький торговельно-
економічний інститут КНТЕУ*

ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ ЯК НАПРЯМ РЕКРЕАЦІЙНО- ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ ПОДІЛЬСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

У сучасній світовій економіці, соціальних структурах та культурі туризм відіграє все більш значну роль. Він сприяє демократизації

суспільства, підвищенню культурного рівня людей, поліпшенню здоров'я населення, вносить свій внесок у соціально-економічний розвиток регіонів і країни в цілому.

Нові тенденції в соціальній політиці і умови економічного господарювання вимагають формування ефективного механізму регіонального розвитку сфери туризму. На сьогоднішній день туризм в регіонах розвивається нерівномірно, і це залежить не тільки від недостатньої кількості туристичних ресурсів, але й від організації туристичної діяльності. Охарактеризуємо Подільський туристичний макрорегіон, який має не тільки великий туристичний потенціал, але й намагається максимально впроваджувати в свою діяльність інструменти розвитку туризму [1].

Кластеризація туристичної галузі – один з новітніх способів розвитку рекреаційно-туристичної діяльності, що дозволяє об'єднати та структурувати різні сфери діяльності в єдину для отримання максимального ефекту.

Теоретичною та методологічною основою для дослідження в області туристичної кластеризації слугують концептуальні ідеї вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед них варто виокремити праці відомих українських вчених, таких як: Д. І. Басюк, М. П. Мальська, А. Ю. Парфіненко, В. І. Сідоров, Д. М. Стеченко, та напрацювання зарубіжних науковців, а саме В. А. Квартальнова, М. Портера, М. Л. Сомко.

Туристичний кластер – це система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг, спрямованих на створення спільного туристичного продукту [3].

Слід підкреслити, що сукупність компонентів природних комплексів і об'єктів історико-культурної спадщини, їх унікальність, історична або художня цінність, оригінальність, естетична привабливість і цілюще-оздоровча значимість, формують у туристів гармонію цілісності пізнання місць відпочинку і лікування чудових географічних куточків нашої і інших країн, що робить досить сприятливий вплив на ефективність підтримки і відновлення фізичного та духовного здоров'я людини, усвідомлення своєї приналежності до того чи іншого соціуму [3].

Туристична кластеризація досить нове явище на туристичному ринку Подільського регіону, адже створення туристичних кластерів регіону починається лише з 2000-х років. Серед туристичних кластерів виділяють 4 кластери в Хмельницькій області: кластер «Кам'янець» (осередок – м. Кам'янець-Подільський), «Подільська гільдія ремісників» (м. Кам'янець-Подільський), «Кам'янецький дивокрай» (с. Колибаївка, Кам'янець-Подільський район), «Оберіг» (селище Гриців, Шепетівський

район); та 1 кластер в Тернопільській області «Мальовнича Бережанщина» (Бережанський район) [2].

Утворення туристичних кластерів на сьогоднішній день оцінюється стратегічно перспективним явищем, але наявні організації є недостатньо розвиненою системою.

Саме тому необхідно розробити концепцію створення нових туристичних кластерів для досягнення максимальної ефективності в розвитку Подільського регіону. Унікальність Подільського регіону в тому, що він поєднує різні види рекреаційно-туристичних ресурсів та має потенціал для розвитку кластерів різного спрямування. З економічної точки зору досить важливим є створення кластеру, що зміг би об'єднати території всіх областей регіону. Такий міжобласний кластер дасть поштовх для налагодження співробітництва між областями, покращення логістики та туристичної інфраструктури, а також створить умови конкурентної боротьби між областями. Тому створення міжобласного туристичного кластеру є перспективним напрямом діяльності розвитку туризму в регіонах.

Спираючись на вищевикладене, можна стверджувати, що перспективним напрямом розвитку туризму є його кластеризація. Кластерна модель організації розвитку туристичної галузі, що базується на рекреаційно-туристичних ресурсах, зумовлює ріст економіки регіону через створення нових робочих місць, розвиток інфраструктури та співпрацю підприємств з місцевими органами влади. В Подільському макрорегіоні на сьогоднішній день діють 5 туристичних кластерів, але їх діяльність є не досить збалансованою та ефективною. Розроблена концепція дозволить покращити соціально-економічне становище населення регіону, повноцінно відкрити рекреаційно-туристичний потенціал регіону та створити нову туристичну дестинацію з наданням якісних послуг.

Література:

1. Крайнік О. Кластери як інструмент економічного розвитку регіону / О.Крайнік. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/DeVr/2010_5/
2. Соколенко С. І. Інноваційні кластери – механізм підвищення конкурентно- спроможності регіону / С. І. Соколенко. – Режим доступу: <http://ucluster.org.com.ua>
3. Ульянченко Ю. Інституціональні фактори інноваційного розвитку регіонів на основі кластерного підходу / Ю. Ульянченко. – Режим доступу http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pubup/2010/2010-2/doc/4/

*Поштар Марія Миколаївна
студентка групи ФБД 16-3
Навчально-науковий інститут
фінансів, банківської справи,
Університет державної фіскальної
служби України*

*Пронькіна Ірина Валеріївна
студентка групи ФБД 16-3
Навчально-науковий інститут
фінансів, банківської справи,
Університет державної фіскальної
служби України*

*Науковий керівник: Красуленко
Тетяна Григорівна, Університет
державної фіскальної служби
України*

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Система управління оборотними активами як важливим елементом підвищення ефективності функціонування підприємств набуває особливої актуальності. Значною мірою це стосується розробки і впровадження дієвих підходів в управлінні оборотними активами, які б забезпечували стійкість фінансового стану підприємства.

Вивченням питань управління оборотними активами у багатьох наукових працях займалися вітчизняні і зарубіжні вчені. Значний внесок у дослідження проблем управління оборотними активами зробили такі вітчизняні вчені, як О.С. Бондаренко, Г.В. Брушко, Д.Л. Ящук, В.І. Чобіток, К.С. Пятилокотова та ін. Однак система управління оборотними активами підприємства вимагає подальших досліджень, що мають бути спрямовані на удосконалення та визначення її функцій з позиції адаптації до сучасного стану розвитку економіки.

Метою дослідження є короткий огляд трактувань вітчизняних і зарубіжних вчених щодо управління оборотними активами підприємства.

Управління оборотними активами – це складний процес. Його складність залежить від таких умов, як: обсяг оборотного капіталу, що використовується в операційному процесі; різні види активів, що формуються за рахунок обсягу оборотного капіталу; прискорення обороту капіталу і забезпечення постійної платоспроможності підприємства тощо.

Першочерговими проблемами в управлінні оборотними активами є: управління запасами, дебіторською заборгованістю, грошовими коштами, визначення джерел фінансування.

Щодо співвідношення оборотних активів і оборотного капіталу, то це самостійні економічні категорії, які перебувають у тісному зв'язку та взаємозалежності один з одним, а саме: початково оборотний капітал завжди виступає інвестицією, тобто джерелом утворення, однак ця інвестиція повинна бути десь розміщеною. Оборотні активи відображають характер розміщення інвестованого капіталу у процес господарської діяльності підприємства. Оборотний капітал будучи джерелом авансування формує оборотні активи, які пізніше повертають авансований капітал, що і забезпечує кругообіг капіталу, який умовно припиняє своє існування як капітал із завершення кожного операційного циклу, вичерпуючи свою функцію у виробництві, та постійно відтворюється шляхом продажу готової продукції та після інкасування дебіторської заборгованості. Оборотний капітал і оборотні активи відновлюють один одного, тим самим забезпечують безперервність господарчих процесів. Основне призначення оборотного капіталу є інвестування вартості в елементи оборотних активів з метою забезпечення поточної господарської діяльності; оборотні активи характеризують речовий склад активів підприємства для обслуговування поточного господарського процесу. [2, с.67]

Варто наголосити, що управління оборотними активами, включає стратегію і тактику управління. Стратегія – це загальний напрямок і спосіб використання засобів для досягнення поставленої мети. Стратегія, встановлюючи певні правила й обмеження, дозволяє сконцентрувати зусилля на тих рішеннях, що не суперечать обраному напрямку управлінської діяльності. Тактика управління – це конкретні прийоми і методи досягнення поставленої мети у певній ситуації та у певний момент часу. Завдання тактики управління – вибір найбільш оптимального рішення і способів його втілення в ситуації, яка склалася. [3, с. 31-33]

Важливе значення в управлінні оборотними активами відіграють їхні етапи та функції. Управління оборотними активами підприємства в сучасних умовах господарювання здійснюється за такими етапами: 1) аналіз оборотних активів підприємства у попередньому періоді; 2) вибір політики формування оборотних активів підприємства; 3) оптимізація об'єму оборотних активів;

4) оптимізація співвідношення постійної і змінної частин оборотних активів; 5) забезпечення необхідної ліквідності оборотних активів; 6) забезпечення необхідної рентабельності оборотних активів; 7) вибір форм і джерел фінансування оборотних активів. [4, с. 271-274]

Отже, процес управління активами підприємства відіграє важливу роль у діяльності підприємства, оскільки саме від прийняття ефективних управлінських рішень керівництва стосовно активів підприємства залежить подальша фінансова діяльність, конкурентоспроможність, платоспроможність підприємства. Одночасно одним із найважливіших чинників стабілізації економіки є раціональне використання оборотних активів на підприємствах, покращення його використання за умови врахування чинників зовнішнього і внутрішнього середовища.

Література:

1. Колодяжна К. А. Управління оборотними активами і їхня роль в діяльності підприємств / К. А. Колодяжна // Торгівля і ринок України – 2009. – Т. 2. – С. 76–82.
2. Римарчук А. М. Економічна сутність оборотних активів та їх класифікація / А. М. Римарчук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – №7 (110). – С. 64–70.
3. Брушко Г.В. Методологічні основи управління оборотними активами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/knp/179_31-33.pdf.
4. Кодацький В.П. Шляхи ефективного управління оборотними активами промислових підприємств // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 4. – С. 271-274.

*Приньова Олена Станіславівна
студентка V курсу, групи ХО-71мп,
Національний технічний
університет України «Київський
політехнічний інститут ім. Ігоря
Сікорського»*

ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ START-UP НА БАЗІ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Динамічність інформаційних процесів у суспільстві, посилення конкуренції на ринках, виникнення нових технологій створюють нові виклики в освітньому просторі. Метою сучасного освітнього процесу є не просто надання знань, а формування та розвиток відповідних професійних компетентностей, необхідних для вирішення поставлених завдань. Важливого значення при формуванні майбутніх фахівців економічних спеціальностей набуває оволодіння знаннями щодо особливостей

реалізації start-up проектів, оскільки на сучасному етапі розвитку це набуває дедалі більшої актуальності.

Характерною особливістю start-up є реалізація нової бізнес-ідеї за короткий період часу при мінімальних обсягах фінансових ресурсів. Ідея є фундаментом start-up. Оскільки досить частко найкращими з ідей є ті, які вважалися непридатними для функціонування на стадії зародження (наприклад, зародження компанії Facebook), при запуску start-up важливою є здатність ігнорувати чужу критику та вірити у можливість реалізації своєї ідеї. Для досягнення цього необхідним є розвинення у студентів творчого та нестандартного мислення; виокремлення ринкових ніш, які володіють потенціалом до бурхливого зростання найближчим часом.

При цьому, суттєвого значення набуває не лише наукова, але і фінансова, правова, інформаційна підтримка учасників start-up. Важлива роль у підтримці молодих підприємців належить ефективній взаємодії держави, бізнес-структур та навчальних закладів (НЗ) [1, с. 209] (рис. 1).

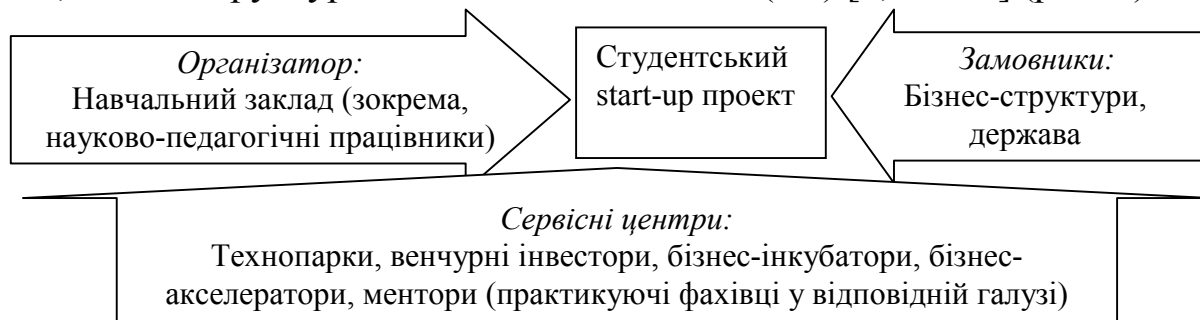


Рис. 1. Модель взаємодії зацікавлених учасників start-up на базі НЗ
Джерело: побудовано автором з використанням даних [2 с. 131]

Процес інноваційної діяльності починається у НЗ. Потім його використовує фірма, впроваджуючи у свою господарську діяльність, що сприяє виникненню взаємовигідного співробітництва з бізнес-структурами у сфері виготовлення інноваційного продукту. Для НЗ переваги даної співпраці є наступними: створення нових робочих місць для студентів, забезпечення фінансування їх ідей, можливість отримати практику на підприємстві; забезпечення викладачів додатковими фінансовими надходженнями та новою апаратурою; накопичення коштів для реалізації даних проектів на банківському рахунку НЗ, що дає можливість одержати додаткові надходження для реалізації інших науково-теоретичних та інноваційно-прикладних проектів НЗ.

Джерелами коштів на фінансування подібних start-up центрів на базі НЗ можуть бути наступні: ресурси фірми зацікавленої у розробці інновації; кошти НЗ на розроблення інновації (зокрема, ресурси на

фінансування наукових тем з державного бюджету); ресурси від результатів діяльності уже існуючих start-up. При цьому, НЗ має змогу вкладати як матеріальні, так і інтелектуальні ресурси, а також перебувати у статусі офіційного співзасновника start-up [3, с. 236].

Для заохочення бізнес-структур до співпраці з НЗ необхідною умовою є здатність до ефективного використання наукового потенціалу останнього. Це означає наявність наукових результатів, здатних використовуватися для створення інновацій, та володіння практичним досвідом у створенні інноваційних start-up. Окрім того, здатність НЗ активно та якісно рекламувати тих науковців, які генерують інноваційні наукові розробки, підвищує привабливість НЗ для інвестування у його інноваційну діяльність.

Отже, в умовах динамічного розвитку соціально-економічного середовища та підвищення вимог до майбутніх фахівців важливого значення набуває стимулювання та підтримка здатності до творчого мислення студентів, їх уміння працювати в команді. Ефективним способом підвищення професійної підготовки майбутніх випускників економічних спеціальностей є створення start-up центрів на базі навчальних закладів, які сприятимуть реалізації бізнес-ідей молоді, покращенню якості освітнього процесу, підвищенню рівня зайнятості, розвитку малого бізнесу.

Література:

1. Плеханова Г. О. Розвиток молодіжного інноваційного підприємництва на базі міжуніверситетських регіональних Start-up центрів / Г. О. Плеханова // Системи обробки інформації. – 2012. – № 2(118). – С. 209-213
2. Доценко Н. В. Засоби підвищення життєздатності інноваційних проектів / Н. В. Доценко, А. І. Скринник // Радіоелектронні і комп'ютерні системи. – 2014. – № 2. – С. 129–134
3. Нікіфорова Л. О. Мотиваційні аспекти створення інноваційних START-UP на платформі ВНЗ / Л. О. Нікіфорова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2015. – № 815. – С. 234-239

*Соломка Ольга Миколаївна
кандидат економічних наук, доцент
кафедри економічної теорії
Національного університету
харчових технологій*

ДО ПИТАННЯ ПРО РІВЕНЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Підвищення загального рівня життя, створення необхідних умов життєзабезпечення непрацевдатної частини суспільства є одними з найважливіших завдань державної політики країни. Чим вище рівень життя громадян, тим більш розвиненим вважається суспільство.

Основною рисою соціально-економічних зрушень, що відбулися в Україні протягом останніх років, є загальне падіння життєвого рівня на фоні глибокого розшарування суспільства за рівнем доходу. Майнова нерівність не стала ефективною рушійною силою активізації поведінки населення на ринку праці тому, що саме тут кризові явища набули особливо тяжкого характеру і не забезпечили принципову можливість зміни первинного матеріального статусу.

Основними складовими рівня життя як комплексної соціально-економічної категорії, що виражає ступінь задоволення матеріальних і духовних потреб, є: розміри ВВП на душу населення, рівень освіти, забезпеченість населення житлом, його захворюваність, стан природного середовища, а також величина реальних доходів трудящих тощо.

Доходи населення є ключовим чинником, що визначає рівень життя громадян, а також найважливішим індикатором економічного добробуту держави та соціальної ситуації в країні. Адже, і якість життя населення в основному залежить від його сукупних доходів, що формуються з грошових та натуральних надходжень до сімейного бюджету: оплати праці, доходів від підприємницької діяльності, доходів від особистого господарства, пенсій, стипендій, різних допомог тощо.

Сформовані в економічно розвинених країнах високі стандарти рівня життя досягаються, головним чином, через високі доходи від зайнятості, і саме це є важливим мотивом активізації поведінки населення на ринку праці.

Згідно із законами Енгеля, структура витрат має тісний зв'язок з рівнем доходів домогосподарств, а динаміка структури за основними каналами витрат прямо залежить від динаміки доходів населення. Існуюча структура витрат населення країни може свідчити про вкрай низький рівень доходів та споживання.

За даними Держслужби статистики серед усіх витрат домогосподарств впродовж 2016-2017 рр. споживчі витрати становили 93%. Домогосподарства витрачали на харчування половину всіх витрат. На купівлю непродовольчих товарів та оплату послуг домогосподарства направляли 40% усіх витрат [1].

Загально низькі стандарти життя в Україні не розвивають споживчі потреби, смаки та вподобання; споживання відбувається за простою схемою – задоволення базових потреб.

Потребують подальшого розв'язання проблеми удосконалення таких інститутів як заробітна плата та пенсії, оскільки заробітна плата – основна складова доходів широких верств населення в Україні та одночасно основний фактор формування соціальних трансфертів і платоспроможного попиту населення, а пенсія – головний соціальний трансферт і за сукупними витратами і за внеском у доходи населення України.

Безумовно, економічне зростання, ефективність виробництва, продуктивність праці, сукупний попит на робочу силу залишаються необхідними передумовами формування високого рівня життя населення, подолання та пом'якшення наслідків бідності тощо.

Література

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

*Нестеренко Сергій Володимирович
студент Дніпровського державного
технічного університету*

*Вороніна Алевтина Вікторівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту
організацій та адміністрування
Дніпровського державного
технічного університету*

МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КОКСОХІМІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день підприємство, що не має чітко вираженої ефективної стратегії розвитку, не в змозі вижити у сучасних умовах конкуренції. При цьому оцінка і порівняння різноманітних стратегій розвитку неможливі без розроблення відповідної системи показників, що передбачають оцінку результатів розвитку самого підприємства.

Особливістю моделювання стратегії розвитку ПрАТ «ДКХЗ» в умовах ринкової конкуренції є висока динамічність процесів економічного, соціального та політичного характеру. Це призводить до необхідності урахування різноманітних непередбачуваних ситуацій вже на етапі планування і, у свою чергу, здійснює значний вплив на характер і змістову спрямованість самого процесу моделювання стратегії.

Виходячи з цього, процес моделювання стратегії розвитку коксохімічного підприємства не може розглядатися як обґрунтування і вибір однозначного і, у деякому розумінні, оптимального напрямку розвитку підприємства, що забезпечує закріплення позицій підприємства на ринку. Таким чином, доцільно ставити питання про забезпечення багатоваріантності не лише засобів реалізації стратегії, але й самої стратегії.

Багатоваріантність сценаріїв розвитку є одним з найбільш ефективних інструментів, що дозволяє в динаміці простежити зміни найважливіших техніко-економічних показників та їх взаємозв'язку під впливом конкуренції. У зв'язку з цим до головних умов, які повинен задовольнити багатоваріантний сценарій стратегії розвитку будемо відносити такі:

- 1) сценарій повинен забезпечити виживання промислового підприємства у довгостроковій перспективі;
- 2) сценарій повинен допомагати промислового підприємству справлятися з поточними завданнями;
- 3) сценарій повинен приносити діяльністю промислового підприємства задоволення тим, хто входить до сфери його ділового взаємозв'язку.

Реалізацію принципу багатоваріантності пропонується здійснити за рахунок застосування сценарного підходу. В основі запропонованого підходу лежить попереднє визначення середовища параметрів, що характеризують систему підприємства.

Виробнича система великого промислового підприємства ПрАТ «ДКХЗ» є складною ймовірнісною системою, безпосередній вплив на діяльність якої здійснює велика кількість зовнішніх і внутрішніх факторів. При цьому досить складно спрогнозувати розвиток такої системи в різних ситуаціях і врахувати можливі ризики. Тому порядок і вимоги, необхідні для якісного моделювання стратегії розвитку підприємства, приводять до необхідності побудови економіко-виробничої моделі підприємства.

Визначимо три групи показників стратегічного розвитку ПрАТ «ДКХЗ». До першої групи відносять показники економічного зростання :

- темп приросту реалізованої продукції;
- темп приросту доданої вартості;
- темп приросту власного капіталу.

До другої групи показників стійкості входять:

- коефіцієнт загальної ліквідності;
- коефіцієнт маневреності;
- коефіцієнт платоспроможності;
- коефіцієнт оборотності.

Третю групу показників економічної ефективності складають:

- показник загальної рентабельності виробництва;
- показник рентабельності власного капіталу;
- показник фондівіддачі;
- показник оберненості запасів.

Таким чином, на основі перерахованих вище показників та коефіцієнтів проводиться розрахунок трьох інтегральних оцінок, на підставі яких далі буде складена матриця сценаріїв стратегічного розвитку.

Пропонуємо виділяти такі види оцінок: оцінка росту X ; оцінка стійкості Y ; оцінка економічної ефективності Z . При цьому кожна із трьох оцінок буде визначатися таким чином:

$$X = \sum_{i=1}^n a_i \times x_i,$$

$$Y = \sum_{j=1}^m d_j \times y_j,$$

$$Z = \sum_{k=1}^l c_k \times z_k,$$

де X, Y, Z – відповідно оцінки стійкості, зростання та економічної ефективності;

x_i, y_j, z_k – показники і коефіцієнти відповідних груп стійкості, зростання та економічної ефективності;

a_i, d_j, c_k – критерії значущості відповідних коефіцієнтів всередині групи.

Перш за все, визначаємо групи показників та коефіцієнтів стратегічного розвитку аналізованого підприємства у табл.1.

На наступному етапі проєкціюємо стратегію розвитку ПрАТ «ДКХЗ» за трьома сценаріями на матрицю сценаріїв стратегічного розвитку підприємства таким чином, щоб стратегія розвитку являла собою траєкторію з одного квадрата в інший більш вищого ступеня (рис. 1).

Таблиця 1

Сценарії розвитку ПрАТ «ДКХЗ» на 2019 рік на основі оцінок критеріїв значимості

Показник та коефіцієнт	2017 р. факт	Сценарій I на 2019 р.		Сценарій II на 2019 р.		Сценарій III на 2019 р.	
		Критерій значущості	оцінка	Критерій значущості	оцінка	Критерій значущості	оцінка
I група			X1		X2		X3
Темп зростання реалізованої продукції	2,03	0,4	3,09	0,5	3,00	0,5	2,86
Темп зростання доданої вартості	2,88	0,2		0,1		0,2	
Темп зростання власного капіталу	4,25	0,4		0,4		0,3	
II група			Y1		Y2		Y3

Коефіцієнт ліквідності	0,004	0,2	2,21	0,3	1,51	0,4	2,18
Коефіцієнт маневреності	0,26	0,1		0,2		0,1	
Коефіцієнт фінансової автономії	0,15	0,4		0,3		0,2	
Коефіцієнт оборотності	7,06	0,3		0,2		0,3	
ІІІ група			Z1		Z2		Z3
Рентабельність виробництва	17,14	0,3	7,15	0,3	6,40	0,4	8,62
Рентабельність власних коштів	2,48	0,2		0,2		0,1	
Фондовіддача	7,51	0,2		0,1		0,2	
Норма доданої вартості	0,10	0,1		0,1		0,1	

Найбільш ефективною стратегією розвитку ПрАТ «ДКХЗ» є стратегія за сценарієм ІІ, що знаходиться в рамках X1, Y1, Z3. Саме у цьому квадраті підприємство досягне найбільших результатів зростання, стійкості та економічної ефективності порівняно з основними конкурентами галузі.

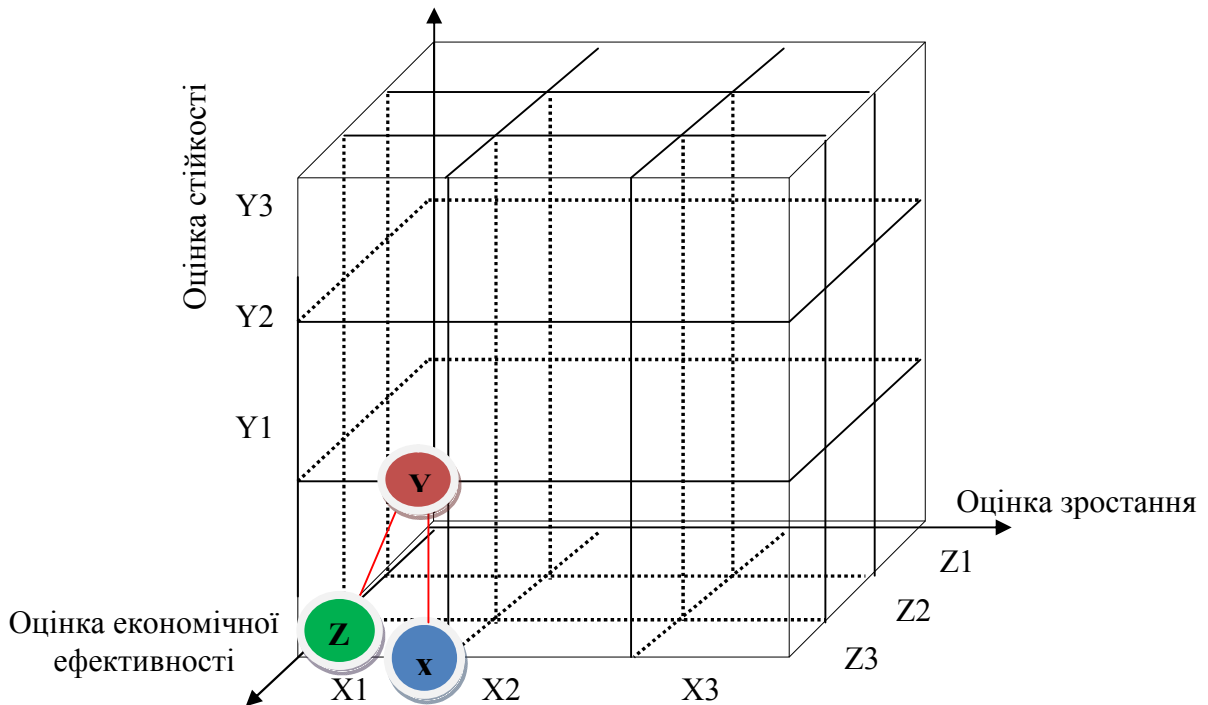


Рис. 1. Модель матриці сценаріїв стратегічного розвитку ПрАТ «ДКХЗ»

Оскільки траєкторію переходу з одного квадрату в інший забезпечує група показників стійкості, підприємству ПрАТ «ДКХЗ» необхідно спрямувати зусилля в напрямку забезпечення фінансової стійкості. Для цього пропонуємо такі заходи:

- рівномірне і своєчасне погашення дебіторської заборгованості шляхом розробки і вдосконалення платіжного календаря;
- вкладання додаткових коштів власниками або залучення стороннього інвестора для покриття поточних зобов'язань і поступового погашення старих боргів;
- створення оптимальної структури балансу та фінансових результатів.

*Пата Юлія Олександрівна
магістрант кафедри менеджменту,
Донецький Національний Технічний
Університет*

*Амельницька Олена Володимирівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Донецький Національний Технічний
Університет*

ДОСЛІДЖЕННЯ СКЛАДОВИХ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ВУГЛЕДОБУВНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Конкурентоспроможність вугледобувного підприємства на ринку залежить не тільки від технічного оснащення підприємства, наявності сучасних технологій, системи контролю якості продукції, досліджень ринкового середовища та впровадження концепції просування товарів на міжнародні ринки, а також від кваліфікації співробітників підприємства та ефективного управління персоналом. За таких умов управління персоналом стає однією з головних ланок у системі управління не тільки трудовим колективом, але й підприємством взагалі.

Управління персоналом підприємства – цілеспрямована діяльність керівництва підприємства й керівників підрозділів системи управління персоналом на пошук, оцінку, відбір, професійний розвиток персоналу, його мотивацію та стимулювання до виконання задач, з метою максимального використання їх потенціалу при виконанні трудових функцій [6, с. 47; 5, с. 42].

Відповідно до [8] система управління персоналом містить такі підсистеми: аналіз та планування персоналу, підбір та наймання персоналу, оцінювання персоналу, організація навчання та підвищення кваліфікації персоналу, атестація і ротація кадрів, мотивація персоналу, облік співробітників підприємства, організація трудових відносин на підприємстві, створення умов праці, соціальний розвиток та соціальне партнерство, правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом.

Основні елементи системи управління персоналом підприємства наведено на рис.1.

Соціально-трудова відносина персоналу організації – це об'єктивно існуюча взаємозалежність і взаємодія суб'єктів цих відносин, націлена на регулювання якості трудового життя. Суб'єктами соціально-трудова відносин можуть бути працівник, група працівників, роботодавець (роботодавці) і окрема держава. Основним показником соціально-трудова відносин є якість трудового життя [7, с. 211].

Основою системи управління кадрами являється кадрова політика, яка представляє собою вдосконалення кадрів. Кадрова політика – це система поглядів, принципів, моделей та цілей, уявлень, які визначають напрямок та зміст роботи з кадрами, загальні та специфічні вимоги до них. Вона розробляється власниками підприємства, вищим керівництвом чи кадровою службою [2].

Під кадровим плануванням розуміється «процес забезпечення організації необхідною кількістю працівників, які володіють необхідними навичками для виконання своїх обов'язків, в необхідний для організації час за відповідні гроші» [3].

Підбір персоналу є одним з головних елементів системи управління, бо саме даний процес надає новий персонал, який повинен максимально відповідати специфіці роботи підприємства.

Джерела набору персоналу поділяються на зовнішні і внутрішні, кожні з яких має свої переваги й недоліки для підприємства та працівників. Перш ніж вийти на зовнішній ринок праці, більшість підприємств намагаються знайти претендентів на власному підприємстві, для цього використовуються різні внутрішні джерела. Але, слід визнати, що не існує єдиного оптимального методу, який би повною мірою дозволяв швидко, ефективно, з мінімальними витратами здійснювати пошук необхідних фахівців.



Рисунок 1 – Елементи системи управління персоналом (розроблено автором на основі [2])

Професійна адаптація полягає в активному освоєнні професії, її тонкощів, специфіки, необхідних навичок, прийомів, способів прийняття рішень. Психофізіологічна адаптація - це пристосування до умов праці, режиму роботи і відпочинку, до характеристик умов праці. Соціально-психологічна адаптація - це адаптація до колективу і його нормам, до керівництва та колегам.

Розвиток персоналу – це системно організований процес безперервного професійного навчання працівників для підготовки їх до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників та вдосконалення соціальної структури персоналу. В складі розвитку персоналу знаходяться: професійна підготовка та адаптація, атестація кадрів, планування професійної кар'єри працюючих, стимулювання розвитку персоналу [9, с.103].

Ще один, не менш важливий, елемент – це корпоративна культура – система цінностей та переконань, які розділяє кожен працівник фірми та передбачає його поведінку, обумовлює характер життєдіяльності організації. Корпоративна культура – це також спосіб і засіб створення організації, яка самостійно розвивається [1].

Оцінка результатів діяльності персоналу – це система, яка дозволяє виміряти результати роботи та рівень професійної компетентності працівників, а також їх потенціал в рамках розвитку підприємства. Традиційно в організаціях під оцінкою персоналу розуміється атестація працівників. Атестація – це процедура систематичної формалізованої оцінки відповідності діяльності конкретного працівника стандарту виконання роботи на даному робочому місці на даній посаді. Вона акумулює результати роботи конкретного співробітника за конкретний період. Кожна організація повинна мати своє Положення про атестацію персоналу, затверджене у встановленому порядку. У ньому повинна бути розписана процедура та порядок її проведення [7, с. 302].

Основними напрямками кадрової політики вугледобувного підприємства є:

- визначення кваліфікаційних вимог до персоналу в рамках загальної концепції розвитку підприємства;
- формування нових кадрових структур;
- розробка процедур, що регламентують управління персоналом;
- формування концепції оплати праці, матеріального і морального стимулювання працівників;
- визначення механізмів залучення, використання та звільнення персоналу;
- розвиток соціально-трудова відносин;
- забезпечення розвитку, навчання, перенавчання, підвищення кваліфікації персоналу;

– поліпшення соціально-психологічного клімату в колективі підприємства [7, с. 402].

Механізм мотивації персоналу вугледобувного підприємства обґрунтовує мотивування працівників через потреби та комплексний підхід встановлення причинно-наслідкових зв'язків, використовуючи матеріальне і нематеріальне стимулювання, а також ґрунтується на врахуванні і взаємопов'язаності цілей персоналу та підприємства [4].

Література:

1. Вікіпедія. Електронний ресурс. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Корпоративна_культура
2. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.frontmanagement.org/fomants-1950-1.html>
3. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://work911.com/planningmaster/faq/hrdefinition.htm>
4. Живко З.Б. Механізм мотивування та моделі мотивації персоналу на вугледобувних підприємствах // Менеджмент і маркетинг. Наука й економіка.– 2010.– №1. – С. 86–91.
5. Кацай М. Разрабатываем систему управления персоналом // Управление персоналом. – 2004. – №21. – С. 40-43.
6. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации / – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА–М, 2002. – 638 с.
7. Маслова, В. М. Управление персоналом : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. М. Маслова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 506 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-4636-9.
8. Пошелюжна, Л. Б. Особливості сучасного управління персоналом на вітчизняних підприємствах [Електронний ресурс] / Л. Б. Пошелюжна. – Режим доступу – http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2010_1/163.pdf.
9. Рутьєв В. А., Гуткевич С. О., Мостенська Т. Л. Управління персоналом: Навчальний посібник. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 310 с.

*Ткаченко Ганна Олександрівна
магістр, НТУУ «КПІ ім. Ігоря
Сікорського»*

КРАУДСОРСИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Краудсорсинг (від англ. crowd – «натовп» і sourcing – «використанням ресурсів») – передача деяких виробничих функцій невизначеному колу осіб, вирішення суспільно значимих задач силами

добровольців, як правило, за допомогою сучасних інформаційних технологій [1].

В економічно розвинених та інноваційно активних країнах краудсорсинг укорінився в корпоративній культурі великих компаній. Його використовують абсолютно у всіх сферах: в науці, медицині, складних технологічних проектах, соціальному і культурному співробітництві, а також в креативних конкурсах і розробках цифрового контенту.

За різними оцінками, від 70 до 90% світових брендів вдаються до краудсорсингу. Більше того, компанії вже навчилися оцінювати ефективність впровадження рішень, прийнятих з його допомогою. Так, Coca-Cola оприлюднила інформацію про економію 92% своїх коштів завдяки використанню краудсорсингу.

Основою краудсорсингу є віртуальні спільноти, які стали «робочим місцем» для багатьох творчих людей, та платформи – інтернет-майданчики, які забезпечують їх функціонування. Прикладами таких платформ є Zooppa.com, 99designs, Amazon Mechanical Turk, CrowdFlower, SETI@home, Вікіпедія, WikiHow, Root Wireless, Deadcellzones.com, Digg, IdeaScale, Kickstarter, ArtistShare, FilmRiot, Kiva.com, Chaordix, InnoCentive, RedBubble, Intrade, ScriptLance, Netflix, X-Prize та ін. [2] Ці платформи спеціалізуються на різних видах краудсорсингу, а підприємство можливо скористатися їх послугами для вирішення поставлених інноваційних задач.

В основу явища краудсорсингу покладено застосування так званої крауд-технології в діяльності підприємства. Зазначимо, що крауд-технологія – це взаємодія підприємства з широким колом осіб (що на англійській мові визначається як «Crowd») за допомогою Інтернет-технологій, з метою використання ресурсів широкого загалу, для вирішення специфічних задач підприємств або організацій[3]. Крауд-технологія знайшла відображення у багатьох процесах управління підприємством (рис. 1).



Рис. 1. Можливості застосування крауд-технології у діяльності підприємства.

Таким чином, результати дослідження свідчать, що краудсорсинг дає можливість підприємству вирішити велику кількість бізнес-задач з максимальною економією матеріальних та трудових ресурсів, а також

мінімізувати витрати часу. Представлені у статті результати дослідження покращують розуміння сутності краудсорсингу і створюють підґрунтя для подальших розробок, перспективою розвитку яких є розробка механізму адаптації міжнародного досвіду у практику вітчизняних підприємств.

Література:

1. Джефф Хау Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса - Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business. – М.: «Альпина Паблицер», 2012. — 288 с.
2. Зозульов О.В., Полторак К.А. Новий підхід до управління в маркетингу. / О.В. Зозульов // Маркетинг в Україні. – 2013. - №5 (80) – С.48-54.
3. Крупную рыбу одному не вытащить или крауд-технологии в действии / Т. Голубовская. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://2013.404fest.ru/reports/bigfish/>

*Фоміченко Інна Петрівна
кандидат економічних наук, доцент,
Донбаська Державна машинобудівна
академія*

*Баркова Світлана Олександрівна
асистент кафедри менеджменту,
Донбаська Державна машинобудівна
академія*

*Прохоренко Наталія Сергіївна
магістрант кафедри менеджменту,
Донбаська Державна машинобудівна
академія*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ

Менеджмент ХХІ століття стикається з новими проблемами. Практики очікують від теоретиків відповіді на питання: «Що робити в сучасному мінливому світі?». Колишні ефективні підходи вже не дають очікуваних результатів. «Причина такого становища – стара, що склалася система менеджменту більше не працює [1].

Менеджмент покликаний створювати умови для успішного існування підприємства, зміни в світовій економіці, звичайно, вимагають і змін або розвитку нових теорій ефективного управління нею. Розглядаючи

менеджмент як один з основних інструментів забезпечення сталого розвитку ринкової економіки, постає питання про необхідність дослідження тенденцій розвитку менеджменту в Україні на фоні світової нестабільності.

В результаті аналізу поглядів науковців на стан вітчизняного менеджменту, виявлено проблему значного відставання рівня українського менеджменту в порівнянні з західним.

Український менеджмент розглядають лише з початком формування корпоративного сектору економіки. [2]. В перші роки незалежності відбувався приватизаційний процес в Україні та створення нормативно-правової бази, тому перед підприємствами постало питання про швидку адаптацію до нових реалій ринку і, як наслідок, створення нового типу управлінців-менеджерів, які були б здатні ураліти підприємствами в таких умовах.

Під час дослідження етапів розвитку вітчизняного корпоративного сектора економіки країни та наукової думки щодо цих процесів [1–4], виявлено, що незважаючи на те, що минуло вже понад 20 років, нові світові тенденції в теорії та практиці менеджменту впроваджуються в сучасних вітчизняних підприємствах досить стримано. На сьогодні, менеджмент, що домінує на підприємствах України, можна умовно поділити на основні напрями.

Система менеджменту, що залишилася у спадок від радянських часів. Основними її ознаками є: жорстка централізація, слабка мотивація персоналу, активне використання адміністративних методів управління. Характерними рисами таких підприємств є низька продуктивність праці та конкурентоспроможність, нездатність підприємства вийти на зовнішні ринки через якість продукції тощо.

Система менеджменту, що сформувалася в малих та середніх підприємствах. Основні ознаки – максимально спрощена організаційна структура підприємства (як правило, лінійна), відсутність стратегії розвитку.

Система менеджменту, що була впроваджена іноземними компаніями. Характерною рисою менеджменту даного виду є часткове впровадження іноземних підходів до управління. Досвід іноземних компаній часто пояснюється неможливістю застосування тих чи інших нових підходів в менеджменті, оскільки на вітчизняний корпоративний сектор мають потужний вплив зовнішні чинники (політична, економічна, соціальна ситуація в країні тощо).

Тобто, з одного боку, вітчизняні власники підприємств розуміють необхідність впровадження нових стандартів менеджменту, а з іншого – вони не можуть здолати бар'єри на шляху до інтеграції в сучасну світову систему менеджменту. До таких бар'єрів, можна віднести наступні:

проблема підготовки висококваліфікованих керівників виробництва, часто неправильне уявлення про сутність роботи менеджера власниками підприємств, невміння делегувати свої повноваження, недостатня увага проблемам формування корпоративної культури та збільшення рівня соціальної відповідальності підприємства, страх перед впровадженням інновацій, нерозуміння ролі забезпечення ефективних комунікаційних процесів на підприємстві та багато інших.

У суспільстві знань змінюються і вимоги до інноваційного менеджменту. «Сьогодні організація повинна бути не просто інноваційною, вона зобов'язана бути лідером змін ... Якщо сьогодні організація не стане лідером змін, вона не зможе створити постійну установку на інновації. Інновації мають носити систематичний характер» [3]. Всі сучасні проблеми менеджменту обумовлені тим, що змінюється не тільки економіка, а й суспільство. Управляти в нових умовах новими співробітниками старими випробуваними способами – значить прирікати компанію на гарантований провал. Сучасний менеджмент вчорашнього дня служить зміцненню ієрархічних відносин і бюрократії, автократії та несправедливості, нерівності і привілейованого становища окремих груп.

В той же час, не дивлячись на цілу низку проблем, вітчизняними підприємствами робляться кроки в напрямку впровадження сучасних теорій і практик в менеджменті. Охарактеризовано основні тенденції в цьому напрямку:

В результаті глобалізаційних процесів, що відбуваються в світі, посилюється важливість використання підприємствами міжнародного досвіду управління. Значну роль в цьому відіграють великі транснаціональні корпорації.

Впроваджуються різні методи підвищення кваліфікації співробітників – курси, тренінги, закордонне стажування тощо.

Все більше уваги приділяється проблемі мотивації персоналу – не тільки матеріальної, але й інших форм мотивації.

Звичайно, зазначені тенденції не вирішують усіх проблем сучасного менеджменту України, але мають позитивне спрямування.

Зроблено висновок, що, не дивлячись на досить невеликий досвід формування системи менеджменту в країні, вітчизняні власники підприємств прийшли до розуміння необхідності розвитку інтелектуального капіталу, а отже, і компетенції менеджерів як одного з пріоритетних елементів забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Література:

1. Питер Сенг «Пятая дисциплина. Искусство и практика самообучающейся организации» / Сенг Питер /, Олимп-Бизнес, 2009

2. Скударь Г. М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества. Проблемы и решения /Г.М. Скударь. – К.: Наукова думка, 1999.- 496с.
3. Друкер, Питер, Ф. Задачи менеджмента в XXI веке.: Пер. с англ.: – М.: Издательский дом «Вильямс», 2015. – 272 с.
4. Мироненко Є.В. Стратегічне управління підприємством: Навч. Посібник/ Є.В. Мироненко, І.П., І.П. Фоміченко, А.В. Остафійчук – Краматорськ.:ДДМА, 2011. –278с.

*Фоміченко Інна Петрівна
кандидат економічних наук, доцент,
Донбаська Державна машинобудівна
академія*

*Григор'єва Вероніка Олександрівна
магістрант кафедри менеджменту,
Донбаська Державна машинобудівна
академія*

*Баркова Світлана Олександрівна
асистент кафедри менеджменту
Донбаська Державна машинобудівна
академія*

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Економічна криза в Україні жадає від підприємств переоцінки своєї діяльності в довгостроковій перспективі. Слово «криза» у китайській мові складається з двох ієрогліфів: один означає «небезпека», інший - «сприятлива нагода» [1].

Під час економічної кризи реальні доходи споживачів знижуються, і, як наслідок, змінюються їхні потреби. Аналіз багатьох компаній, що працюють у Донецькому регіоні, показав, що ті, що почали швидкі й адекватні даної ситуації дії, змогли втриматися і навіть зміцнити своє становище за рахунок інших фірм, що пішли з ринку.

З початком кризи попит на споживчі товари скоротився в 2-3 рази, що привело до мультиплікативного скорочення рекламного ринку і інших сфер, що обслуговують ринок збуту (страхування, перевезення і т.д.).

Період кризи став могутнім поштовхом для переоцінки стратегічних дій українських компаній. Найбільш розповсюдженими рішеннями в області маркетинг-менеджменту стали:

1. Перебудова роботи відділів збуту.
2. Зміна товарного асортименту убік більш дешевих вітчизняних товарів.
3. Переорієнтація на експорт, або інші сегменти споживача внутрішнього ринку.
4. Змінити підходи до ціноутворення убік ринкових методів призначення відпускної ціни.
5. Відмовлення від дорогої реклами.
- 6 " Outsourcing" (продаж або здача в оренду надлишкових ресурсів).

Перебудова системи збуту відбувається шляхом формування більш коротких, але широких каналів, унаслідок того, що деякі реселлери пішли з ринку й у дистриб'юції утворилися технологічні розриви [1].

Стратегія збуту переорієнтується на інтенсивний збут з активним пошуком нових споживачів і більш якісним їхнім обслуговуванням. У цьому плані скорочення ресурсів підприємства не повинне стосуватися скорочення збуту, а скоріше навпаки. Зменшуючи витрати, деякі компанії перетворюють центри витрат у центри прибутку. Наприклад, технічний відділ, що обслуговує внутрішні потреби фірми, може бути переорієнтований на пошук і обслуговування зовнішніх клієнтів.

У зв'язку з обсягом продажів, що скоротився, важлива робота з кожним потенційним клієнтом. Зростає роль застосування прямих методів стимулювання, як кінцевого споживача, так і посередників. Комунікативний доступ до клієнта повинний здійснюватися за рахунок недорогих рекламних засобів.

Фінансова задача підприємства в умовах кризи полягає в тому, щоб падіння обсягів продажів відбувалося не швидше темпів падіння місткості ринку. У цьому випадку фірма, навіть знаходячись у недостатньо гарному фінансовому становищі, буде розширювати свою ринкову частку. У довгостроковій перспективі це принесе свої плоди, і вона зможе мати сильні конкурентні позиції в перспективних сегментах.

Література

1. <http://www.dmdays.com.ua/biblioteka/972.html>
2. Маркетингові технології в умовах інноваційного розвитку економіки/ І.П. Фоміченко, Е.В. Мироненко, С.О. Баркова та ін. [монографія/ за ред. С.В. Ковальчук]. – Хмельницький: ТОВ «Поліграфіст - 2», 2011. – 322 с.



*Культенко Валерія Олександрівна
студентка, 3 курсу групи БФКБ 1–15
напряму підготовки «Банківська
справа», Черкаський інститут ДВНЗ
"Університет банківської справи",
м. Черкаси, Україна*

ПЕРЕВАГИ PRODUCT PLACEMENT ПЕРЕД ТРАДИЦІЙНОЮ РЕКЛАМОЮ

На сьогоднішній день, як стверджують маркетологи, пряма реклама стає все менш ефективною. Однак, реклама була, є і залишається одним з найбільш ефективних способів просування товарів чи послуг. Тому, все більше набирає популярності на українському ринку один з інструментів маркетингового PR – product placement.

У науковій літературі зустрічаються різні визначення поняття «Product placement». У більшості випадків Product Placement – це лише частина великої PR акції, спрямованої на позиціонування товару, послуги або організації в цілому [1].

Product placement (прихована реклама) – рекламний трюк, сутність його в тому, що реквізит фільмів, телепередач, комп'ютерних ігор, музичних кліпів або книгах має реальний комерційний аналог. Тобто демонструється логотип продукту, який рекламується, його назва, а також згадується про його властивості та якість.

Вивчення Product placement як наукової технології почалося зовсім недавно і тому поки що прийнято виділяти лише два класичних типи PR, незалежно від каналу поширення: візуальний та вербальний.

Візуальний Product placement – Глядачі тільки бачать продукт, послугу або логотип. Прикладом такого product placement є демонстрація в кадрі розчинного напою Swiss Miss у бойовику з Брюсом Віллісом «Схід Меркурія» (Mercury Rising). Герой фільму – хлопчик, хворий на аутизм, реагував тільки на цей напій [2].

Вербальний product placement – Згадка актором або голосом за кадром продукту, послуги або компанії. Наприклад, у фільмі «Індіана Джонс і останній хрестовий похід» запальничка «Zippo» пізнавана не по зовнішньому вигляду, а по знаменитому на весь світ звуку, який відмінно відтворює система Dolby Surround.

Ефективність технології Product placement обумовлена її дволикістю. З одного боку, вона змушена ховатися в тіні сюжету художнього твору і

популярності актора. З іншого ж, саме професійно і тонко інтегрована в сюжет фільму товарна марка, яка виявилася в полі зору або використовується в побуті кіногероєм, і запам'ятовується споживачем, хоча він цього і не помічає спочатку.

Одним з переваг product placement в художньому творі є те, що глядач не дратує розміщення продукту, тому що product placement не перериває фільм, як пряма реклама, і тому поява товару чи послуги сприймається лояльно. Споживач відображає на рекламованому продукті свої позитивні враження до носія реклами. Product placement в кіно і серіалах дозволяє сформувати необхідний імідж продукту.

Зрушення у свідомості споживача – мета, заради якої product placement і існує. Безсумнівною перевагою product placement є зіставлення рекламованого продукту з зірками, які виступають з ним у взаємодії протягом фільму – це позитивно.

Як відомо, зірки кіно та телебачення багато в чому формують смаки і погляди населення. Їм притаманно бути основоположниками моди. Психологи давно виявили одну з особливостей глядацького сприйняття: він завжди хоче бути схожим на кіногероя. Якщо ж глядач не має такої зовнішності, залізного характеру чи казкової чарівності, то він може придбати такі ж стильні окуляри, або автомобіль такої ж марки і т.д.

Американські дослідження довели, що глядач не в захваті, коли він не може розгледіти марку годинника з якими супергероєм не розлучний ні в день, ні в ночі або ж назву літака на якому він прилетів. Наприклад, після того, як у фільмі «Фірма» актор Том Круз випив пиво марки «Ред Страйп», його продажі зросли на 55%. А фільм «Ризикована справа» все з тим же Томом Крузом збільшив продажі окулярів моделі Wayfarer фірми Ray-Ban з 18000\$ до 360000\$ в перший рік, до 720000\$ в другий рік. Компанія підвищила продажну ціну з \$30 до \$50[2].

Автоконцерн BMW, наприклад, вклав \$ 3 млн в просування своєї нової моделі кабриолета в фільмі «Золоте око», але відразу ж після виходу фільму отримав замовлення на \$ 300 млн. У фільмі «Завтра не помре ніколи» свої бренди просували кілька концернів, включаючи BMW, Smirnoff, Omega, що обійшлося їм у більш ніж \$ 70 млн, включаючи угоди по cross-promotion (перехресної реклами). Але віддача була запаморочливою: продаж улюбленого годинника агента 007 Omega Seamaster зросли на 900%. А інвестиції в розмірі \$ 1,2 млн компанії Seagram's за просування віскі Jack Daniel's принесла їй значний прибуток, настільки високий, що її переважно не розголошували, посилаючись на комерційну таємницю. Всього лише одне запитання, адресоване в фільмі Майклом Дугласом Шерон Стоун: «Jack Daniel's підійде?», Збільшив продажі компанії в 5 раз. [4].

Як відомо, фільми і серіали є одним з найбільш рейтингових передач на телебаченні [4]. Контакт з рекламованим продуктом не уникнути, так як він органічно поєднаний з сюжетною лінією твору.

Тому, рекламодавці які розміщують свої продукти в фільмах, здатні точно визначити відсоток охопленої аудиторії без додаткових витрат на дорогі дослідження і аналіз: кількість людей, які побачили продукт / послугу, дорівнює кількості людей які подивилися фільм, тобто рейтингу, чого не можна сказати про традиційну рекламу. Крім того, витрати рекламного бюджету на ідею ролика, кастинг акторів для нього і т.д. можна не включати – це вигідно.

Першим значним недоліком використання product placement є те, що маркетологи не можуть контролювати, як продукція показана або включається в епізод чи сюжетну лінію і може в результаті використовуватись не за призначенням, бути пов'язаною із сумнівними цінностями або неетичною. Так рекламодавці повинні підсилити контроль за демонстрацією продукту або бренду.

Другим недоліком використання product placement є те, що маркетологи практично не мають впливу на ЗМІ, тобто наскільки продуктивною може бути програма, яка буде містити product placement – тяжко передбачити, де та яким чином розмістити бренд для досягнення максимуму ефекту.

Третім недоліком використання product placement є ймовірність отримати негативні асоціації. Якщо продукт пов'язаний з якимось персонажем, а він робить що-небудь недоречне, продукт або бренд може бути знецінений у очах споживачів також.

Таким чином, product-placement – це досить перспективний напрямок просування товарів і послуг, оскільки сьогодні традиційні рекламні технології вже не є настільки ефективними. Тому рекламодавці змушені використовувати менш нав'язливу, проте більш ефективну приховану рекламу. Зараз технологія прихованої реклами продовжує активно розвиватися і використовуватися в сучасному світі інформаційних технологій.

Список використаних джерел

1. Галісіан М. Product Placement в засобах масової інформації / М. Галісіан. – М.: Фенікс, 2004. – 197 с.
2. Бутенко Н.В. Маркетинг: [підручник] / Н.В. Бутенко – К.: Атніка, 2008. – 300с.
3. Український Product placement портал [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://productplacement.com.ua>
4. Product placement: реклама і PR в індустрії розваг [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://productplacement.nm.ra/News/news.h>

*Манжос Ельвіра Олександрівна
старший викладач кафедри
української та іноземних мов,
Вінницький національний аграрний
університет, Україна*

СУЧАСНИЙ МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ

Міжнародний маркетинг являє собою відповідну реакцію суб'єктів міжнародного ринку на такі процеси, як зростання і розширення партнерських взаємин, зростання виробничих можливостей, швидке оновлення товарного асортименту, часті зміни характеру і структури ринкового попиту, загострення конкуренції, збільшення обсягу та поліпшення якості інформаційного забезпечення.

Базується на допущенні, що світові ринки мають відмінності, і найбільш ефективні стратегії це враховують. У маркетингу це означає, що продукція підприємств буде адаптуватися там, де це необхідно, для забезпечення відповідності умовам місцевого ринку і конкуренції [2].

Основи сучасної теорії міжнародного маркетингу й принципи формування її в самостійну наукову течію були сформовані такими відомими закордонними й вітчизняними вченими, як С. Маджаро, Ф. Бредлі, С. Джейн, Backhaus D., Buschken J., Voeth M., Edited by Yuriy Kozak, Азарян Е., Антоненко К, Вакулліна З., Корж М., Барановська М., Козак Ю., Смечак С.

Першими до визначення місця в науковому світі поняття «міжнародний маркетинг» і виділення його в самостійний науковий напрямок підійшли закордонні маркетингологи-дослідники. Довгий час спостерігалася якась невизначеність у термінології міжнародного маркетингу, й на перших етапах його формування й розвитку більшість дослідників, уникаючи конкретизації його визначення, зупинялися на аналізі зовнішньоекономічної сфери та діяльності міжнародних компаній. [1]. За словами О. Азарян, «основні форми й методи практичного застосування маркетингу на підприємствах, характерні для всіх його моделей, можуть рівною мірою бути використані в маркетингу як усередині країни, так і на зовнішніх ринках» [4].

Діяльність міжнародного маркетинга виражає масштабність зарубіжної діяльності фірми. Він може мати двобічний характер, коли підприємство, яке освоїло ринок своєї країни, виходить на ринок іншої держави [6].

Всі фактори, які впливають на маркетингове середовище, як правило, умовно об'єднують в окремі групи факторів: політична, економічний, правової та соціальнокультурні. [3].

Для подальшого розвитку міжнародного маркетингу українським компаніям перш за все необхідно навчитися ставити споживача в центрі формування своєї стратегії, тобто проводити переорієнтацію на соціально-етичний маркетинг. Це допоможе нашій країні не лише завоювати нові сегменти закордонних ринків, але і захистити власного виробника від імпорту. Під час розробки стратегії виходу на закордонний ринок підприємство досліджує смаки та вподобання споживачів, місткість ринку, ризики, політичне та економічне становище в країні, на ринок якої воно збирається вийти. Все це сприяє налагодженню відносин та поглибленню співпраці. Підприємство може зарекомендувати себе як надійного партнера, створити позитивний бізнес імідж своєї країни при проведенні експортних операцій або здійсненні спільної підприємницької діяльності. Кожна компанія, що продає свої товари або надає послуги за кордон пришвидшує інтеграцію України у світову економіку. Навіть коли компанія виробляє продукцію, орієнтовану на внутрішній ринок, їй доводиться враховувати тенденції розвитку світового ринку подібної продукції, щоб захистити себе від іноземних конкурентів [5].

Отже в процесі дослідження сформовано комплекс маркетингових стратегій і вдосконалена загальна модель управління міжнародним маркетингом при участі в міжнародній підприємницькій діяльності, враховуючи і особливості сучасних умов розвитку світогосподарської системи, з метою зниження ризику участі суб'єктів міжнародного бізнесу в міжнародних бізнес-процесах.

Література:

1. Backhaus D., Buschken J., Voeth M. International Marketing. – Stuttgart: Schaffer-Poeschel, 1996.
2. http://stud.com.ua/802/marketing/mizhnarodniy_marketing_yogo_osoblivosti]
3. International marketing. – Edited by Yuriy Kozak, Sławomir Smyczek. – Kiev – Katowice : CUL , 2015. – 279 p.
4. Азарян Е. М. Международный маркетинг / Е. М. Азарян. – 3-е изд. – Харьков : Студцентр, 2013. – 202 с
5. Антоненко К. В. Міжнародний маркетинг як інструмент інтеграції України у світове господарство / Антоненко К. В., Тимошенко О.І // Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ – 2015. – Вип. 7 – С. 89-91
6. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях : навч. посіб. / за ред. М. Барановської, Ю. Козака, С. Смичека. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 302 с.

*Третьякова Марія Олегівна
студентка, Кременчуцький
національний університет імені
Михайла Остроградського*

*Науковий керівник: Герасимчук
Вікторія Володимирівна,
Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського*

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОЧОГО ЧАСУ ПЕРСОНАЛУ

Люди, які вміють управляти своїм часом, знають, що завжди можна знайти стільки справ, скільки виконати одній людині не під силу. Тому, вони дуже вибірково підходять до вирішення питання: на що витратити свій час. Освоївши прийоми тайм менеджменту, можна не тільки будете встигати більше за менші часові відрізки, але й зможете працювати спокійніше, зосередженіше, а також краще контролювати своє життя. Тайм-менеджмент, або управління часом, - це система, спрямована на узгодження своїх дій із часом [1, с. 59]. І доки працівники фірми не вміють керувати своїм часом, до тих пір фірма буде зазнавати збитків, або ж не використовувати весь потенціал і, як результат, не буде розвиватись.

Тайм-менеджмент або управління часом - це дія або процес тренування свідомого контролю над кількістю часу, витраченого на конкретні види діяльності, при якому спеціально збільшуються ефективність і продуктивність [3 с. 67]. Однак згідно принципом Парето, лише 20 % всіх справ призводять до 80 % бажаного результату [2, с.12]. Отже, використання часу співробітників необхідно раціоналізувати таким чином, щоб спрямувати всі основні зусилля саме на ті 20 % заходів, які дадуть 80 % простоту ефективності організації.

Знання основних законів тайм-менеджменту допоможе ефективно використовувати час:

1. Принцип Ейзенхауера. Необхідно розділити справи на чотири шаблі важливості: терміново-важливо, терміново-неважливо, нетерміново-важливо, нетерміново-неважливо. Важливі та термінові справи потрібно робити самому, не відкладаючи. Справи нетермінові, але важливі необхідно робити, хоча зазвичай саме для них і не вистачає часу. Справи термінові, але неважливі можна делегувати, скорочувати, виключати [4, с. 59].

2. ABC аналіз. У цій моделі справи поділяються на три типи: важливі, неважливі та інші. Коли ми плануємо день, ми повинні включити в нього обов'язково справу А, кілька справ В і намагаємося виключити справи С. Якщо треба написати звіт, і ця справа категорії С. Якщо ми будемо довго відкладати цю справу, вона поступово може перейти в категорію В, а потім і в А [3, с. 76].

3. Закон Паркінсона. Паркінсон установив, що робота займає весь відведений на неї час. Тобто, якщо Ви відвели для написання звіту час зранку і до обіду, не сподівайтесь, що Вам вдасться виконати його за півгодини. Якщо Ви відведете на написання звіту півгодини, можливо, ви укладетеся не більше ніж у 40 хвилин. [3 с. 44].

Тайм-менеджмент допомагає більш ефективно використовувати не тільки робочий час, а й час відпочинку. Зокрема, рекомендується не брати роботу додому, організувати побут так, щоб він займав мінімум часу, заздалегідь ретельно планувати вільний час і слідувати цим планам, зокрема регулярно практикувати емоційне (театри, концерти, виставки і т. П.) і фізичне (спорт, фітнес) перемикавання.

Висновок. Отже, якщо достатньо «якісно» вивчити питання тайм-менеджменту і впроваджувати його на підприємстві, то це допоможе вирішити багато питань та продуктивно використовувати робочий час, підвищити рівень трудової дисципліни, покращити якість роботи персоналу та інше.

Список використаної літератури:

1. Гранин Д. М. Что такое управление временем и что оно может мне дать / Д. М. Гранин – СПб. : Прайм-Еврознак, 2004. – 34 с.
2. Кох, Р. Закон Парето или Принцип 80\20 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.arbuz.uz/t_pareto.html.
3. Управление временем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wikipedia.org/wiki>
4. Мерзлякова Е. А. Эффективный тайм-менеджмент для офисного работника / Е. А. Мерзлякова – СПб. : Питер, 2007. - 264 с.



*Кемарська Лілія Геннадіївна
кандидат економічних наук,
Дніпровський державний технічний
університет*

*Донських Наталія Олександрівна
студентка 3 курсу, Дніпровський
державний технічний університет*

ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ВИТРАТ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Основними невирішеними питаннями є виділення класифікаційних ознак та визначення найважливіших кваліфікаційних груп відповідно до напрямків обліку витрат в бюджетних установах. Важливість вирішення цих питань дає підстави стверджувати, що вони потребують окремого дослідження [1].

За НП(с)БОДС 101 «Подання фінансової звітності» витрати – це зменшення економічних вигід у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власником). Відповідно до специфіки діяльності бюджетних установ визначити витрати можна як розмір ресурсів, використаних у процесі господарської діяльності (виконання певних функцій держави, надання послуг та/або виробництво продукції) бюджетною установою [2].

Окремі бюджетні установи здійснюють виробничу діяльність, зокрема виробляють продукцію, виконують науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, а також надають послуги. Перелічені види діяльності знаходять відображення в обліку за напрямом - обліку витрат. Витрати суб'єктів державного сектору, відповідно до НП(с)БОДС 135 «Витрати», класифікуються в за такими групами: витрати за обмінними операціями, витрати за необмінними операціями.

Витрати за обмінними операціями включають такі елементи витрат: оплата праці, відрахування на соціальні заходи, матеріальні витрати, амортизація, фінансові витрати та інші витрати за обмінними операціями. Витрати за необмінними операціями включають до себе такі елементи витрат: трансферти та інші витрати за необмінними операціями [3].

Витрати на виробництво або витрати пов'язані з наданням послуг організовують за економічними елементами витрат, а облік і калькуляцію собівартості окремих видів продукції, робіт та послуг – за статтями

витрат. Такий вид класифікації визначається економічним змістом витрат та має такі основні елементи: матеріальні витрати, оплата праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація, фінансові витрати, інші витрати.

Для контролю за складом витрат по місцях їх виникнення необхідно знати не тільки те, що витрачено в процесі виробництва, а й з якою метою, тобто враховувати витрати по напрямках, відповідно до технологічного процесу. Такий облік дозволяє аналізувати собівартість за її основними складовими та по деяким видам послуг та продукції, встановлювати обсяги витрат окремих структурних підрозділів. Вирішення цих питань здійснюється за рахунок застосування класифікації витрат за статтями калькуляції. Перелік статей калькуляції, їх склад та методи розподілу визначаються відповідно до галузевої належності установи.

Розробка класифікації витрат потребує ретельного вивчення практичної діяльності установи. Сьогодні у вітчизняній практиці слід запровадити класифікацію витрат за напрямками їх обліку: для калькулювання, для прийняття управлінських рішень і планування, для контролю та регулювання.

Витрати, використовувані для калькулювання, поділяються на групи: витрати за видами; витрати відповідно до способу віднесення вартості на об'єкт (прямі та непрямі); витрати по відношенню до собівартості (витрати, що включаються до собівартості та витрати діяльності); витрати за цільовим спрямуванням (основні та накладні); витрати за видами послуг або продуктів (витрати на послугу або продукт, витрати на групу продуктів).

Витрати, які використовуються для прийняття управлінських рішень і планування, поділяються на групи: витрати календарного періоду (поточні й одноразові); витрати за видами (за економічними елементами); за обсягами (змінні та постійні); за ступенем залежності від прийнятого рішення (вирішальні й такі, що не залежать від прийнятого рішення); за складом витрат (одноелементні та комплексні).

Витрати, які використовуються системою контролю та регулювання, поділяються на групи: відповідно до ступеню самостійності установи (регульовані та нерегульовані); відповідно до ступеню доцільності використання коштів (ефективні та неефективні); відповідно до обґрунтованості проведення (у межах кошторису та відхилень від планових показників); відповідно до ступеню контрольованості (контрольовані та неконтрольовані).

Зазначена класифікація витрат дозволяє виділити певні класифікаційні групи, аналіз яких дозволить приймати ефективні управлінські рішення, здійснювати поточний контроль та аналіз

ефективності діяльності установи в напрямку надання послуг та/ або виготовлення продукції.

Література:

1. Свірко С. В. Організація бухгалтерського обліку в бюджетних установах / С. В. Свірко. – Київ, 2003.
2. НП(С)БОДС 101 «Подання фінансової звітності» [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0095-11>
3. НП(С)БОДС 135 «Витрати» [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0903-12>
4. Пеліпадченко Р. О. Класифікація видатків та витрат в системі обліку бюджетних установ та організацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/7533/1>

*Кемарська Лілія Геннадіївна
кандидат економічних наук,
Дніпровський державний технічний
університет*

*Лобас Ірина Сергіївна
студентка 3 курсу, Дніпровський
державний технічний університет*

ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ

Процес управління виробничими витратами є одним із найголовніших, найактуальніших та найскладніших для кожного суб'єкта державного сектору, тому що від динаміки рівня витрат залежать фінансові результати установи та її окремих підрозділів, а також формування національного доходу на рівні держави. Фінансове забезпечення бюджетних установ визначає обсяги та рівень надання ними послуг населенню. Зважаючи на постійний дефіцит коштів у цій сфері важливо налагоджувати систему максимального використання внутрішніх резервів зростання ефективності. В цьому контексті економія та зниження витрат виступає однією з найважливіших задач, яку можна вирішити завдяки розробці дієвої системи обліку [1].

Поняття виробництва в бюджетних установах має свою специфіку, оскільки виробничими підрозділами виступають окремі види виробництв по створенню матеріальних чи інтелектуальних цінностей в порядку виконання основного призначення установи. Так виробничими

підрозділами вважаються колектив науковців, що виконують науково-дослідні роботи за господарськими договорами, учбові майстерні, підсобні сільські господарства. В цих підрозділах створюється продукція, яка є готовою до використання. Вона може продаватись, передаватись на потреби установи чи інше.

Характерним для обліку виробництва є поділ витрат на прямі та непрямі. Прямі - це такі витрати, які можна безпосередньо віднести на собівартість виробленої продукції. Непрямі - це такі, які не можна прямо віднести на собівартість виробленої продукції, а тому вони попередньо збираються на окремому рахунку, а потім розподіляються між видами продукції пропорційно базі розподілу. Майстерні можуть утримуватись за рахунок загального та спеціального фонду відповідно до кошторисів. Наукові установи та вищі навчальні заклади здійснюють науково-дослідну діяльність, що може фінансуватись з загального фонду бюджету, або виконуватись за рахунок замовників - господарюючих суб'єктів та за їх рахунок.

В державному секторі доцільно застосовувати наступні методи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції з визначенням конкретного об'єкта:

- позамовний (окреме індивідуальне замовлення, окремий контракт (проект) або партія продукції);
- попередільний (певна сукупність технологічних операцій);
- попроцесний (період технологічного процесу при відсутності незавершеного виробництва) [2].

Склад собівартості продукції регулюється НП(С)БОДС 135 «Витрати». Собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг) складається з виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), яка була реалізована протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних виробничих витрат [3]. Бухгалтерський облік витрат займає особливе місце в системі управління, оскільки на основі облікових даних попередніх періодів здійснюється процес планування господарської діяльності, аналіз і контроль досягнутих результатів, регулювання виявлених відхилень з урахуванням обсягів випуску продукції та визначення її собівартості [4].

Для обліку процесу відображення виробничих витрат та формування собівартості виробленої продукції призначений рахунок 81 "Виробничі витрати", що має відповідні субрахунки. По дебету його відображаються витрати, а по кредиту - надходження продукції, переданих замовникам виконаних робіт. Для обліку доходів отриманих від реалізації продукції та послуг призначений рахунок 71 "Доходи від реалізації продукції, виробів і виконаних робіт". Грошові кошти, що їх отримують від реалізації ви

робленої продукції та послуг відносяться до власних надходжень по групі "Кошти отримані як плата за послуги".

За даними типової кореспонденції субрахунків бухгалтерського обліку витрати на оплату праці відображаються на рахунку 8111, нарахування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування - на рахунку 8112, передача матеріалів і продуктів харчування в переробку - на рахунку 8113, нарахування амортизації на необоротні активи на рахунку 8114 та інші витрати відображаються на рахунку 8115 [5].

Отже, впровадження процесу управління виробничими витратами дозволить поліпшити раціонально розподіляти і використовувати ресурси, оптимізувати витрати установи і запровадити дієвий оперативний контроль за процесом формування прямих виробничих і загальновиробничих витрат.

Література:

1. Хорунжак Н. М. Облік в управлінні витратами бюджетних установ: монографія / Н. М. Хорунжак. - Тернопіль : ТНЕУ, 2016. - 237 с.
2. Ловінська Л. Г. Методологічні аспекти обліку собівартості продукції суб'єктів державного сектора / Л. Г. Ловінська, Є. В. Калюга // ScienceRise. - 2015. - № 9(1). - С. 24-28
3. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку в державному секторі. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minfin.kmu.gov.ua/>.
4. Скрипник М.І. Розвиток бухгалтерського обліку і внутрішнього контролю витрат та калькулювання собівартості продукції : монографія / М.І. Скрипник. – Житомир, 2011.
5. Типова кореспонденція субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов'язаннями розпорядниками бюджетних коштів та державними цільовими фондами, затверджена наказом МФУ № 1219 від 29.12.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/buhgalterskiy-oblik/tipova-koresp-subrahubkiv/>

*Сахно Анфіса Миколаївна
студентка, Вінницький торговельно-
економічний інститут КНТЕУ*

*Науковий керівник: Толмачова Алла
Миколаївна, асистент кафедри
обліку та оподаткування,
Вінницький торговельно-
економічний інститут КНТЕУ*

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

В останній час ресторанний бізнес набув великої розповсюдженості. Заклади ресторанного господарства являють собою організаційні структури, які виконують такі завдання: заготівля, виробництво, реалізація, організація дозвілля та організація споживання. Останній процес є характерним тільки для цього виду діяльності. Велике внутрішнє переміщення цінностей, неоднорідність товарно-матеріальних цінностей, велика кількість матеріально відповідальних осіб призводять до збільшення обсягу документів, які супроводжують рух товарів, і збільшення кількості субрахунків рахунка 28 «Товари».

Вивченням ринку послуг з ведення бухгалтерського обліку займалися такі професора як Ф. Бутинець, М. Дем'яненко, О. Бородіна, П. Хомин та інші. Однак на сьогоднішній день все ще недостатньо уваги в публікаціях відводиться саме цій тематиці, хоча дослідження тенденцій становлення такого ринку є досить актуальним, так як останнім часом попит на бухгалтерські послуги різко збільшився і змінилися вимоги до їх якості [1, с.8].

Бухгалтерський облік ресторанного господарства дуже схожий з обліком у торгівлі. В обох використовується рахунки 28 «Товари», встановлюється торгова націнка, реалізація відбувається через касу з використанням реєстратора розрахункових операцій та ін. Але галузь громадського харчування, на ряду з реалізацією товарів, здійснює ряд додаткових господарських операцій, що відрізняє її від торгівлі [2, с.46].

На підприємствах громадського харчування здійснюється і виробництво, і торгівля одночасно. Основою організації виробничого процесу є його планування, тобто розробка програми діяльності з виготовлення власної продукції. При цьому розробка планів виробництва повинна забезпечити узгодження та взаємозв'язок між окремими працівниками закладу харчування, у тому числі і з бухгалтером. Обумовлено це ще й тим, що більшість планових документів є базою для

облікових процедур або ж підставою для складання первинних бухгалтерських документів [3, с.277].

Також характерною особливістю обліку в ресторанному бізнесі є визначення відпускної вартості продукції власного виробництва. Особливістю ціноутворення на підприємствах громадського харчування є те, що фактичну собівартість одиниці виробленої продукції в системному порядку тут не визначають, а розраховують ціну її реалізації. Відсоток торгової націнки в різних підрозділах може бути різним. Націнка громадського харчування встановлюється у відсотках до роздрібною ціни та додається ПДВ [3, с. 279].

Вартість готової продукції визначається шляхом складання калькуляції. Для цього передбачено спеціальний планово-обліковий документ — «Калькуляційна картка». Її складають на основі плана-меню, збірника рецептур, встановлених цін; вартість кожної складової обчислюється за власною ціною. Ціна продуктів (сировини) може бути обліковою (без торгової націнки) або ж продажною (з торговою націнкою), залежно від прийнятої на підприємстві методики оцінки запасів [4, с. 115].

Реалізація оформлюється такими документами: чеки, розрахункові квитанції, рахунки офіціанта, накладні, абонементи з обов'язковим оформленням реалізації через РРО або розрахункові книжки. При реалізації поза торговою залом необхідно мати посвідчення про якість [2, с. 47].

У ресторанному господарстві формується багато специфічних первинних документів: план-меню, технологічні і калькуляційні карти на кожну страву, денний забірний лист, замовлення-рахунок при організації бенкетів, закупівельний акт, товарний звіт і звіти про рух товарів на кухні та в інших підрозділах, акти про продаж і відпуск виробів кухні тощо. На сьогоднішній день існують різні програми, що дозволяє створювати та редагувати первинні документи, а також здійснювати бухгалтерський облік на підприємстві громадського харчування.

Література:

1. Бутинец Ф.Ф. Історія бухгалтерського обліку: В 2-х ч. – Ч.І. – Навч. посібник.- Вид. 2-ге, доп. та перероб. – Житомир, 2001. – 512 с.
2. Гура Н.О. Облік видів економічної діяльності: Підручник. / Н.О. Гура. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 392 с.
3. Атамас П.Й. Бухгалтерський облік у галузях економіки. 2"ге вид. Навч. посіб. / П.Й. Атамас. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 392 с.
4. Садовська І.Б. Бухгалтерський облік: навч. посіб./ І.Б. Садовська, Т.В. Божидарнік, К.Є. Нагірська. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 688 с.

*Федорова Ірина Володимирівна
аспірант кафедри Бухгалтерського
обліку та аудиту, Одеський
національний економічний
університет*

*Науковий керівник: Лоханова Н.О.,
доктор економічних наук, професор,
Одеський національний економічний
університет*

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИЗНАЧЕННЯ ШЛЯХІВ АМОРТИЗАЦІЇ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

Амортизація нематеріальних активів (далі – НМА) – ділянка обліку, яка значно відрізняється від амортизації інших складових такої групи, як необоротні активи. Дані об'єкти обліку, крім того факту, що не мають уречевленої форми, досить специфічним чином впливають на процес виробництва та отримання економічних вигід підприємством. Отже, здійснення амортизаційних витрат НМА та вибір відповідного методу є непростим та відповідальним завданням.

Над дослідженням шляхів оптимізації амортизації нематеріальних активів працювали такі науковці, як Бобкова О.О., Калюга Є.В., Кондрашова Т.М., Турко М.О., Ясишена В.В., та інші видатні вчені. Попри значний обсяг напрацювань з даного питання, ряд аспектів залишається неоднозначним.

Перш за все, необхідно визначитися з тим, на які об'єкти нематеріальних активів взагалі необхідно нараховувати амортизацію, адже згідно п. 25 Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» (далі – П(С)БО 8) та § 107 Міжнародного стандарту фінансової звітності 38 «Нематеріальні активи» (далі – МСФЗ 38), НМА, строк корисного використання яких неможливо визначити, амортизації не підлягають. Іншими словами, керівництво підприємства має підстави вважати, що термін отримання економічних вигід від використання нематеріального активу не є обмеженим. [1,2]

Василенко О. наводить такий приклад НМА з невизначеним строком корисного використання: безстрокова ліцензія, щодо якої підприємство не обмежує строк корисного використання. Отже, розподіл вартості придбаного активу та її компенсація не будуть мати місця. [3]

Белова Н. з даного приводу робить слушне зауваження: той факт, що амортизація по безстроковим ліцензіям не нараховуються, є невігідним

для платників податку на прибуток, адже базу оподаткування не можна зменшити на суму відповідних амортизаційних відрахувань. [4]

Варто зауважити: можливі випадки, коли підприємство має достатньо підстав самостійно обмежити строк корисного використання такого об'єкту, зважаючи на те, що даний різновид ліцензійної діяльності буде проваджуватися протягом конкретного періоду часу, а не безкінечно.

В іншому разі, обидва зазначених автори пропонують звернути увагу на останній абзац п. 26 П(С)БО 8, який для нарахування амортизації на об'єкти НМА допускає застосування строків корисного використання, визначених податковим законодавством. Такий термін може бути обраний підприємством самостійно, але не менше 2 років та не більше 10 років для нематеріальних активів, щодо яких згідно правовстановлюючих документів не визначений строк корисного використання. Відповідну інформацію наведено у останньому абзаці п. п. 138.3.4 ПКУ. Однак, для підприємств, що складають фінансову звітність, керуючись міжнародними стандартами бухгалтерського обліку, такої можливості не передбачено. [5]

Василенко О. та Белова Н. обопільно схиляються до думки, що не варто встановлювати нереально короткий строк корисного використання для безстрокової ліцензії (та інших НМА без конкретного терміну експлуатації), окрім випадків, коли насправді планується її використання менше максимально допустимого умовного терміну. У протилежному випадку автори рекомендують визначити строк корисної експлуатації, рівний 10 рокам.

Вітчизняний та міжнародний стандарти обліку нематеріальних активів наводять переліки факторів, які необхідно враховувати при визначенні точного строку корисного використання НМА. Дані чинники відображені у таблиці 1.

Аналізуючи дані, наведені нижче, можна помітити, що деякі критерії, запропоновані П(С)БО 8, були розроблені на основі відповідного міжнародного стандарту. Зокрема, такий чинник, як передбачуваний моральний знос, може розглядатися як складова більш змістовного, на наш погляд, критерію «характерний життєвий цикл активу», адже життєвий цикл нематеріального активу включає в себе не тільки стадію експлуатації (на якій починається власне моральне старіння), а й розробку, патентування, впровадження у виробництво, використання, вибуття НМА. Отже, варто підсумувати, що МСФЗ 38 висвітлює більш розширений та детальний перелік критеріїв, які, на нашу думку, дозволяють точніше розрахувати термін корисної експлуатації НМА.

Чинники визначення строку корисного використання НМА

П(С)БО 8	МСФЗ 38
очікуваний спосіб використання нематеріального активу підприємством/установою;	
правові або інші подібні обмеження щодо строків його використання;	
залежність строку корисного використання нематеріального активу від строку корисного використання інших активів підприємства/установи.	
строки корисного використання подібних активів;	стабільність галузі, у якій використовується актив, і зміни в ринковому попиті на товари і послуги, які отримані в результаті використання активу;
	величина (рівень) затрат на покращення активу, необхідних для отримання майбутніх економічних вигід від активу, а також можливості і сподівань компанії по досягненню такого рівня витрат;
моральний знос, що передбачається;	очікувані дії конкурентів;
	характерний життєвий цикл активу;

Що стосується обрання найбільш ефективного шляху нарахування амортизації на НМА, П(С)БО 8 рекомендує користуватися п'ятьма методами, наведеними у П(С)БО 7 «Основні засоби» у той час, як МСФЗ 38 визначає всього три: прямолінійний, метод зменшення залишку та метод суми виробів. Проаналізувавши наукові висновки вітчизняних науковців з даного приводу, маємо змогу стверджувати: у ході обліку за вітчизняними стандартами найбільш доцільним є використання прямолінійного, виробничого методу та методу зменшення (або прискореного зменшення) залишкової вартості, що по суті відповідає тим, що рекомендовані МСФЗ 38.

Застосування прямолінійного методу регламентоване п. 27 П(С)БО 8 у тому разі, коли умови отримання майбутніх вигід неможливо визначити. Також даний метод рекомендує використовувати Бразілій Н.М. щодо згаданих вище ліцензій, а також знаків для товарів і послуг, прав на користування, адже, на думку автора, вони взагалі не підлягають моральному старінню. [6]

На думку Зябревої О.В., прямолінійний метод доцільно використовувати стосовно тих НМА, які чутливі до технічного старіння, тож термін їхньої корисної експлуатації є коротким і завжди обмеженим. Таке нарахування амортизації слід здійснювати до того часу, поки компанія не доведе необхідність застосування іншого методу. [7]

Протилежним є справедливе твердження Ясишеної В.В.: основним недоліком прямолінійного методу амортизації НМА є саме неврахування

морального зносу об'єктів, адже їх вартість розподіляється на собівартість та витрати рівномірно. [8]

У даному випадку ми згодні з результатами досліджень Бразілій Н.М., яка стверджує, що доречно встановлювати найкоротший строк корисного використання та «найшвидший» метод амортизації для нематеріальних активів на зразок комп'ютерних програм, тобто тих, які значним чином реагують на зміни технологій. Відповідними методами є метод зменшення залишкової вартості та прискореного зменшення залишкової вартості, при чому останній є більш зручним, враховуючи необов'язковість визначення ліквідаційної вартості, адже даний показник прирівнюється до нуля, якщо: не існує невідмовного зобов'язання іншої особи щодо придбання цього об'єкта наприкінці строку його корисного використання; не існує активного ринку щодо такого активу і немає підстав очікувати, що вказаний ринок існуватиме наприкінці строку корисного використання об'єкта.

Стосовно НМА, які прямо пов'язані з обсягом виробленої продукції, логічно використовувати виробничий метод амортизації. До таких активів Бразілій Н.М. відносить ліцензійні угоди, в яких чітко обумовлено об'єм виробництва за даною ліцензією, а Зябрева О.В. – винаходи, сорти рослин, породи тварин, комерційні таємниці, комп'ютерні програми. Стосовно таких активів строк корисного використання доречно трактувати як кількість одиниць виробленої продукції чи подібних одиниць, що їх суб'єкт господарювання очікує отримати від активу. Такий варіант передбачений МСФЗ 38.

Очевидно, що кожен із зазначених вище методів має свої недоліки. Наприклад, для виробничого методу це складність встановлення обсягу продукції, яка була виготовлена за допомогою даного конкретного нематеріального активу. Для прискорених методів – сприяння збільшенню ціни на виготовлену продукцію, що може вплинути на зниження попиту й відповідно на зниження прибутків від її реалізації.

Таким чином, обрання найбільш доцільного методу амортизації нематеріальних активів потребує ретельного вивчення особливостей їх обліку та врахування кожного нюансу майбутньої експлуатації з метою недопущення викривлення фінансових показників діяльності підприємства в цілому.

Література:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 "Нематеріальні активи" (із змінами, внесеними згідно з Наказами Міністерства фінансів N 627 від 27.06.2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>.

2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 "Нематеріальні активи" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_050.
3. Василенко О. Ліцензії в обліку: що? де? коли? [Електронний ресурс] / Ольга Василенко // Податки та бухгалтерський облік. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2016/november/issue-89/article-22882.html?search=&text_article=
4. Белова Н. Лицензия стала бессрочной: как учесть ее стоимость? [Електронний ресурс] / Наталія Белова // Податки та бухгалтерський облік. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://i.factor.ua/journals/nibu/2015/may/issue-38/article-7783.html>
5. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року [Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. - Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua/>.
6. Бразілій Н.М. Облік і аудит нематеріальних активів: дис. кан. ек. наук : 08.00.09 / Бразілій Наталя Миколаївна – Київ, 2007.
7. Зябрева О. В. Проблемні аспекти обліку амортизації нематеріальних активів / О. В. Зябрева // Управління розвитком. - 2013. - № 17. - С. 30-33. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2013_17_13
8. Ясишена В.В. Методичні аспекти амортизації нематеріальних активів / В.В. Ясишена // Ефективна економіка. [Електронний ресурс]. – 2014. - №9. - Режим доступу: <http://economy.nayka.com.ua>

*Заєць Єлизавета Романівна
студентка 6 курсу, кафедра
банківського і страхового бізнесу,
Львівський національний
університет імені І.Франка*

УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ

Державне регулювання банківської інвестиційної діяльності банків покликане встановити передумови ефективної діяльності банків, яка направлена на отримання прибутків з одночасним захистом інтересів вкладників банків. Створення передумов ефективної інвестиційної діяльності банків пов'язане з макроекономічною політикою держави. До основних суб'єктів державного регулювання БІД належать: МінФін, НБУ, НКЦПФР, Фіскальна служба, Антимонопольний кабінет [1].

Однак у державі практично відсутні механізми, які б чітко регулювали спільну діяльність банків та держави у сфері інвестування, а також розподіл між державою та банками ризиків при довгострокових інвестиціях. З метою активізації інвестиційної діяльності банків держава повинна їм: по-перше, забезпечити можливість накопичити необхідні для цього кошти; по-друге, розділити з ними ризик інвестиційної діяльності, зумовлений економічним становищем країни; по-третє, сприяти підвищенню прибутковості інвестиційної діяльності [2, с. 22].

До основних інструментів державного регулювання інвестиційної діяльності банків необхідно зачислити: нормативно-правову базу; податкову політику; іноземні інвестиції; грошово-кредитну політику; державні гарантії тощо. Необхідно зазначити, що не існує вичерпного переліку інструментів державного регулювання інвестиційної діяльності банків, це закріплено на законодавчому рівні.

Вагомим інструментом державного регулювання БІД є нормативно-правова база, розвиток якої сприяє підвищенню ефективності всіх сфер економіки. Виконання місії нормативно-правової бази в системі державного регулювання інвестиційної діяльності банків реалізується через виконання таких цілей: забезпечення сталого розвитку банківської системи і встановлення превентивних заходів задля попередження системних криз; обмеження монопольного контролю на ринку фінансових ресурсів; забезпечення конкурентоспроможності банків; активне

стимулювання інвестиційної діяльності банків. Головним завданням розвитку нормативно-правової бази є актуалізація умов діяльності банків до умов економічного розвитку. Особливо це стосується розширення переліку цінних паперів, що можуть використовувати в своїй діяльності банки.

Другим важливим інструментом регулювання БІД є податкова політика. Якщо держава прагне залучити банки до інвестиційної діяльності, то вона повинна дбати про збереження задовільного рівня доходності банків. Саме тому використання ставки оподаткування доходів, що отримані від інвестиційної діяльності, на загальних умовах не заохочує банки віддавати перевагу інвестуванню. Як варіант, можливо запровадити пільги щодо оподаткування доходів від інвестиційних операцій банків. Зменшення податкового навантаження сприятиме підвищенню інвестиційної діяльності банків через зростання доходності банків, зокрема від здійснення інвестиційного кредитування [4].

Третім інструментом державного регулювання БІД є залучення іноземного капіталу. На сьогоднішній день іноземні інвестори здійснюють інвестиції в українську економіку через два канали: інвестиційні фонди, які представлені на українському ринку; професійних учасників фондового ринку України (в т.ч. банків), які формують торгують цінними паперами, що є об'єктом інтересів іноземних інвесторів. Оскільки професійні учасники фондового ринку України функціонують краще у вітчизняному фондовому ринку, другий канал іноземних інвестицій використовується частіше.

Четвертий інструмент державного регулювання БІД – це грошово-кредитна політика. Відповідно до чинного законодавства НБУ, здійснюючи грошово-кредитне регулювання, впливає емітовані кошти в економіку та регулює рівень вже випущених коштів через банки другого, що суттєво впливає на ділову активність суб'єктів економіки. Так, НБУ в процесі здійснення грошово-кредитної політики здійснює операції з цінними паперами на відкритому ринку, стимулює їх придбання юридичними та фізичними особами, цим зменшуючи кількість вільних грошей, що можуть бути використанні для інвестицій через банківську систему. Викуповуючи державні цінні папери, НБУ впливає додаткові ресурси, які через банківську систему використовуються для інвестування [3].

До інших напрямів державного регулювання інвестиційної діяльності банків через грошово-кредитну політику необхідно зачислити: встановлення економічних нормативів до діяльності банків, а саме — нормативів інвестування; формування обов'язкових резервів на відшкодування збитків через зменшення корисності цінних паперів.

П'ятим інструментом державного регулювання БІД є державні гарантії. Однією з основних обставин, які визначають активність інвестиційної діяльності, є обсяг його власного капіталу. Це пояснюється тим, що власний капітал виконує страхову функцію на випадок збитків від діяльності. Тому держава повинна забезпечити достатній обсяг власного капіталу банків та часткове нівелювання ризиків, що пов'язані з банківським інвестуванням.

Доцільно застосувати такі заходи для стимулювання інвестиційного банківництва: організація державного страхування інвестиційних вкладень банків, спрямованих підприємствам, діяльність яких пов'язана зі значними ризиками; надання державних гарантій банкам за інвестиціями, спрямованих у пріоритетні галузі економіки та проекти. Водночас держава повинна виступати повноцінним партнером, що готовий розділити з банками всі ризики від інвестиційної діяльності.

Вважаємо, що нині існує об'єктивна необхідність розроблення та реалізації відповідного документа – Програми сприяння розвитку інвестиційної діяльності банків, який би визначав пріоритетні напрями діяльності банків у сфері інвестиційного бізнесу, а також економічні, організаційні і правові засади та заходи щодо стимулювання участі банків у сфері фінансування інвестиційних проектів, спрямованих на економічне зростання та забезпечення підприємств довгостроковими фінансовими ресурсами для реалізації інвестиційних цілей. І саме ці, описані вище пільгові умови щодо стимулювання інвестиційної діяльності банків, повинні знайти відображення в цьому документі.

Отже, для активізації інвестиційної діяльності банків та залучення їх до безпосередньої участі у реалізації державної інвестиційної політики необхідно здійснити наступні заходи, що передбачають: посилення ролі держави в інвестиційному процесі: розвиток механізму державних гарантій та обсягу державних інвестицій; створення сприятливого клімату для іноземних інвестицій; активне проведення селективної інвестиційної політики; збільшення обсягів залучених та запозичених ресурсів банків, що допоможе отримати додаткові можливості для інвестування.

Література:

1. Алексеенко Л.М. Державне регулювання ринку фінансового капіталу в Україні // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. праць / Дніпропетровський національний ун-т. — Дніпропетровськ, 2012. — Вип.155.— С. 123—127.
2. Вовчак О.Д. Банківська інвестиційна діяльність в Україні. — Львів: Вид-во Львівської комерційної академії, 2005. — 544 с.

3. Кузнецова А., Карпа Я. Банківський сектор України як джерело фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності // Вісник НБУ. — 2014. — №1. — С. 60—64.

4. Нікітін А.В. Інвестиційні вкладення банків та підвищення їх ефективності: автореф. дис. канд.екон.наук. — К., 2013. — 20 с.

*Кузьменко Діна Василівна
магістр, Національний університет
харчових технологій*

*Науковий керівник: Шеремет Олег
Олексійович, кандидат економічних
наук, доцент, Національний
університет харчових технологій*

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Для ефективного функціонування підприємству необхідно достатній рівень забезпеченості оборотними засобами. Це наймобільніша частина капіталу, від стану і використання якого багато в чому залежать результати господарської діяльності і фінансовий стан підприємства.

Так, згідно з думкою Ковальчук І. В. «... кошти підприємства, авансовані в предмети праці, разом із залишками грошей на його банківському рахунку, становлять оборотні засоби (оборотні кошти) підприємства. За умов звичайної господарської діяльності вони безперервно здійснюють кругообіг, знаходячись на стадії виробництва, то в сфері обігу, змінюючи при цьому свою форму у відносно короткий строк. Так, виробничі запаси сировини і матеріалів передаються на подальшу обробку у виробничі цехи, де з них виготовляється продукція. Запаси готової продукції шляхом продажу переходять у дебіторську заборгованість, яка, в свою чергу, за настанням строку платежу перетворюється на грошові кошти ...» [4, с. 393].

Специфіка сільськогосподарського виробництва накладає певний відбиток при визначенні складу та класифікації оборотних засобів. Ця специфіка обумовлена перш за все тим, що в процесі виробництва сільськогосподарські підприємства мають справу з живими організмами, розвиток яких підпорядкований біологічним законам [5, с.203].

Формувати оборотні засоби лише за рахунок власних джерел, як стверджує Дем'яненко М. Я. нині економічно недоцільно, оскільки це знижує можливість підприємства щодо фінансування власних витрат і

збільшує ризик виникнення фінансової нестабільності підприємства. У такому разі підприємство змушене звертатися до залучення фінансових ресурсів у вигляді короткострокових кредитів банку, кредиторської заборгованості та інших запозичень [3, с.51].

Впровадження у виробництво нової техніки, досконалішої технології, механізація і автоматизація виробничих процесів, раціональна організація матеріально-технічного забезпечення та збуту готової продукції, здійснення інших заходів, які сприяють режиму дотримання економії у витратах на виробництво і скорочення тривалості виробничого циклу, забезпечують прискорення обігу оборотних засобів. Аналіз стану та ефективності використання оборотних засобів підприємства має здійснюватись постійно і бути необхідною складовою фінансового аналізу [1, с. 72].

Досвід роботи підприємств свідчить, що їх функціонування в ринкових умовах повинно базуватися виключно за підтримки державних програм. Державні програми спроможні стабілізувати аграрний ринок, забезпечити ефективне функціонування сільського господарства, і більше того – продовольчу безпеку держави. Сучасний стан аграрного виробництва в державі є сигналом про нагромадження невідповідностей між тенденціями у сучасному розвитку сільського господарства та аграрною політикою багатьох розвинутих країн. Для вирішення цих питань корисним може стати досвід країн з ринковими умовами господарювання [2, с.41-55].

Література:

1. Багацька К. В. Фінансовий аналіз: Підручник – К.:НУХТ, 2014. – 320с.
2. Бечко В. П. Формування та ефективність використання оборотних засобів сільськогосподарських підприємств / За ред. академіка УААН Дем'яненко М. Я. – Умань: СПД Сочінський, 2008. – 136с.
3. Дем'яненко Н. Я. Підвищення віддачі оборотних коштів колгоспів. – К.: Урожай, 1988. – 112 с.
4. Ковальчук І. В. Реальна економіка: навчальний посібник з економіки підприємства / І. В. Ковальчук. – К.: ВІПОЛ, 2004. – 393 с.
5. Поддерьогін А. М. Фінанси підприємств: Підручник – К.: КНЕУ, 2002. – 571 с.

*Піменова Марія Михайлівна
кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансів,
Університет митної справи та
фінансів*

ПРОЗОРІСТЬ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ, ЯК ВАЖЛИВА УМОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Підвищення прозорості місцевих бюджетів й активізація участі населення в їх складанні та виконанні є не тільки інструментами оптимізації бюджетних процедур на місцевому рівні, але й сприяють розв'язанню проблеми відчуження людей від влади. Адже недостатня прозорість та відкритість, відсутність системи громадського контролю за формуванням і використанням бюджетних коштів є однією з перепон на шляху до поглиблення децентралізації та зміцнення фінансової незалежності місцевого самоврядування.

Відкритість бюджету та бюджетного процесу є ключовою умовою функціонування демократичного суспільства. Прозорість бюджету дозволяє громадськості, й особливо її соціально активній частині, яка представляє інтереси різних верств населення, мати уяву про складність та альтернативи бюджетних рішень і впливати на органи влади, активно захищаючи свої громадянські права. Таким чином, прозорість: а) дозволяє кожному громадянину розуміти мову і дані бюджету, а також бачити послуги, виконані за рахунок зібраних податків; б) дає можливість представникам влади керуватись громадською думкою при прийнятті остаточних бюджетних рішень; в) дозволяє відслідковувати якість бюджетних рішень на стадії прийняття та слідкувати за їх виконанням; г) сприяє поліпшенню соціальної політики і розподілу коштів бюджету.

При цьому прозорість фінансової операції має бути досягнута на всіх стадіях її реалізації. Стосовно бюджетного процесу, це є участь громадськості в розробці напрямів соціально-економічного розвитку країни, регіону, території; участь громадськості та науковців у підготовці проектів бюджетів; обговорення проектів бюджетів; доступ населення до інформації з питань бюджету й витрачання бюджетних коштів на всіх рівнях і в усіх ланках бюджетної системи.

Аналізуючи результати фінансової децентралізації, а саме показник обсягу власних доходів місцевих бюджетів, бачимо, що прослідковується

позитивна тенденція. Так із 2014 року і до аналізованого 2017 обсяг доходів поступово збільшується (рис. 1).

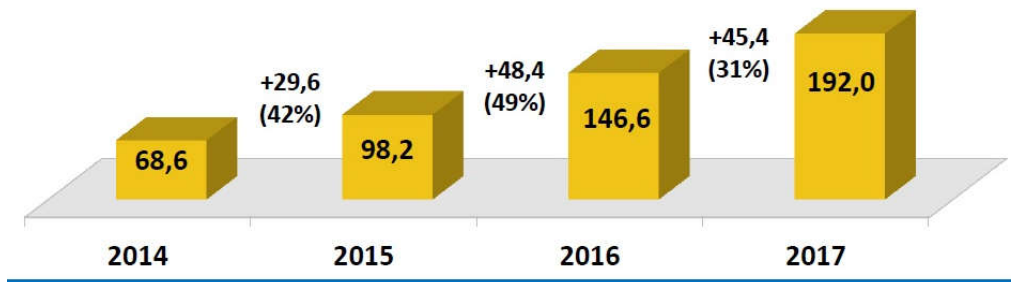


Рис. 1. Власні доходи місцевих бюджетів, млрд. грн.

Таким чином, наявність достатніх ресурсів у місцевих бюджетах є запорукою того, що територіальна громада має можливість надавати більш якісні та більш різноманітні послуги своїм жителям, розробляти програми місцевого розвитку та фінансувати інші заходи для всебічного покращення умов проживання жителів громади.

Гарантією успішності заходів з покращення прозорості бюджетного процесу на місцевому рівні є досягнення високого ступеня довіри громадян до місцевої влади. В умовах доступності та прозорості фінансової інформації громадськість здатна самостійно контролювати ефективність виконання функцій державою, такий контроль є засобом впливу громадян на власну державу.

Література:

1. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>
2. Бюджет місцевої ради в умовах децентралізації / Центр політичних студій та аналітики [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://eidos.org.ua/novyny/byudzhhet-mistsevoji-rady-v-umovah-detsentralizatsiji/>
3. Децентралізація: фінансово-аналітичні матеріали [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://decentralization.gov.ua/>

*Пироженко Юлія Володимирівна
студентка, кафедра фінансів, обліку і
аудиту, Національний авіаційний
університет, м. Київ*

*Науковий керівник: Задерака Наталія
Миколаївна; старший викладач,
Національний авіаційний
університет*

ПРОБЛЕМИ КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Нестабільна політична і економічна ситуація призвела до кризи в фінансовій системі України. Мале підприємництво – це незамінний елемент ринкової економіки, який має істотний вплив на економіку держави, створює середовище для розвитку здорової конкуренції та усунення монополізму в підприємницькій діяльності, робить вагомий внесок у збільшення загальних обсягів роздрібного товарообігу, забезпечує стимули до інноваційних процесів та високоефективної праці.

Досвід зарубіжних країн показує, що малий бізнес здебільшого фінансується такими установами, як ощадні каси, земельні банки, банки взаємного кредитування, а також кооперативні банки, що спеціалізуються на кредитуванні дрібних і середніх підприємств. Рівень розвитку й функціонування таких установ в країнах Європи досить високий. Банки задовольняють потреби клієнтів у різних фінансових послугах: кредити й інвестиції, фінансовий консалтинг і т.д.

На жаль, на сьогодні в Україні спостерігається припинення кредитування малого бізнесу банками. Розвиток будь-якого підприємництва вимагає немалих вкладень, що потребує кредитного важеля. Високотехнологічне устаткування, офісні приміщення, виробничі, складські основні засоби важко придбати без довгострокових недорогих кредитів.

На теперішній момент мале підприємництво в Україні не має можливості розвиватися через наступні проблеми:

- 1) брак кредитних коштів;
- 2) знос, брак основних засобів (транспорт, обладнання);
- 3) відсутність інформації (вебінарів, консультацій, тренінгів) про правильне ведення бізнесу;
- 4) втрата великої частини активів бізнесу в зоні АТО.

Проаналізувавши ситуацію в нашій державі, варто зробити висновок і наголосити на тому, що мале підприємництво занепадає в Україні.

Основні чинники, що впливають на дану ситуацію: нестабільна політична ситуація в країні, відсутність державної підтримки в розвитку малого бізнесу, криза грошово-кредитної політики, кредитної політики банків. Для відтворення підприємництва уряд має створити сприятливі законодавчі умови, аби полегшити розбудову й розвиток даного сегменту економіки.

Література:

1. Панцир С. І. Зелена книга політики малого підприємництва внутрішньо переміщених осіб / І.С. Панцир, С.В. Шуміхін, К.М. Різниченко. — Київ: Центр міжнародного приватного підприємництва, 2015. — 17 с.
2. Леось О.Ю. Проблеми кредитування малого бізнесу в Україні / О.Ю. Леось, І.А. Климанська // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». — 2012. — № 1.

Податкова система. Бюджетна система



*Поштар Марія Миколаївна
студентка групи ФБД 16-3
Навчально-науковий інститут
фінансів, банківської справи,
Університет державної фіскальної
служби України*

*Пронькіна Ірина Валеріївна
студентка групи ФБД 16-3
Навчально-науковий інститут
фінансів, банківської справи,
Університет державної фіскальної
служби України*

*Науковий керівник: Скоромцова
Тетяна Олександрівна, Університет
державної фіскальної служби
України*

ПОДАТКОВИЙ КОНТРОЛЬ В УКРАЇНІ

В умовах реформування економіки України економічне зростання можливе лише за умови існування стійкої та прозорої податкової системи. Розвиток держави багато в чому залежить від надходжень до бюджету, основу яких складають податкові надходження. Саме від своєчасності та повноти сплати податків залежать наповнення дохідної частини бюджетів усіх рівнів й виконання державою економічних, соціальних і політичних програм.

Метою роботи є виявлення особливостей організації податкового контролю в умовах реформування економіки України та визначення напрямків підвищення його ефективності.

Вітчизняні дослідники Л.А. Савченко і Л.М. Касьяненко розглядають податковий контроль лише через призму контрольної функції органів ДФС України і характеризують її зміст, як діяльність, що полягає у перевірці правильності справляння податків та інших обов'язкових платежів, виявленні та аналізі порушень, а також у забезпеченні вдосконалення роботи власне державного органу [5].

Баранова В.Г. розглядає податковий контроль з двох сторін – з одного боку як суттєвий елемент державного впливу на господарюючі

суб'єкти, що зобов'язує їх правильно формувати податкову базу і обчислювати платежі (державний податковий контроль); з іншого - це систематична діяльність, спрямована на організацію надійного податкового обліку на підприємстві, самоконтроль за правильністю податкових розрахунків, а також виявлення і усунення податкових помилок до перевірки з боку податкових органів. [2]

Головною метою податкового контролю в Україні є постійне наповнення дохідної частини державного бюджету, а його предметом – перевірка повноти формування бази оподаткування діяльності суб'єктів господарювання податками та зборами і своєчасності їх перерахування до бюджету та державних цільових фондів.

У статті 26.1. Податкового кодексу України наведено наступне трактування податкового контролю. Податковий контроль – система заходів, що вживаються контролюючими органами з метою контролю правильності нарахування, повноти і своєчасності сплати податків і зборів, а також дотримання законодавства з питань регулювання обігу готівки, проведення розрахункових та касових операцій, патентування, ліцензування та іншого законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи.

Податковий контроль виступає гарантією задоволення публічних майнових інтересів та є важливим чинником соціально-економічної стабільності держави, її фінансової безпеки. Дослідження науковців свідчать, що для податкового контролю в Україні характерні певні недоліки як функції державного управління податковою системою, так і в здійсненні державою податкової політики, що суттєво впливає на економічну ситуацію у країні. Як зазначається у напрацюваннях вказаних вище фахівців, відбувається постійний розвиток податкового контролю як системи фінансових заходів під впливом розвитку суспільства, економічної ситуації в країні. Незважаючи на це, необхідним є його вдосконалення шляхом досягнення партнерських відносин органів виконавчої влади з платниками податків; зміна методів, структури та змісту адміністрування податків; забезпечення дієвості принципів оподаткування.

Сучасний стан податкового контролю в Україні має певні недоліки та потребує вдосконалення. Головною метою політики держави у цій сфері є: створення більших можливостей для реалізації його функцій, оновлення законодавчої бази, використання наявних резервів в організації податкового контролю, методів адміністрування податків та зборів, проведення іншої роботи у податковому обкладанні. Предметом вдосконалення контролю залишається також забезпечення ефективності проведення перевірок повноти використання бази оподаткування

суб'єктами господарювання через сплату податків та зборів і своєчасність їх внесення до бюджетів та державних цільових фондів.

Таким чином, контроль являє собою визначення і документування фактичних показників (параметрів плану), порівняння їх з плановими для оцінки результатів діяльності. Крім того, контроль містить в собі комплекс заходів щодо аналізу причин відхилень від запланованих показників з метою прийняття відповідних рішень для проведення коригувальних заходів або зміни первісних цільових настанов і планів.

Література:

1. Баранова В.Г. Податкова система: Навчальний посібник/Баранова В.Г., Дубовик О.Ю., Хомутенко В.П. та ін.; за ред. В.Г. Баранової. – Одеса: ВМВ, 2014. – 344 с.
2. Калінеску Т. В. Адміністрування податків Навч. посіб. / Т. В. Калінеску, В. О. Корецька-Гармаш, В. В. Демидович – Київ: «Центр учбової літератури», 2013. – 290 с.
3. Савченко Л.А. Правові основи здійснення фінансового контролю органами державної податкової служби України: монографія / Л.А. Савченко, Л.М. Касьяненко. – Ірпінь: Нац. акад. ДПС України, 2006. – 227 с.
4. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pidruchniki.com/72329/ekonomika/podatkoviy_kontrol_organizatsiya_ukrayini
5. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_5_3/44puh.pdf

*Савчук Леся Олександрівна
студентка, Кафедра фінансів, обліку
і аудиту, Національний авіаційний
університет, м. Київ*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Розвиток різних сфер економіки держави напряму залежить від структури та стану держбюджету країни. На жаль, на сьогодні видаткова частина перевищує дохідну, що іменується як дефіцит держбюджету. Ситуація щорічно погіршується: посилення інфляційних процесів, девальвація гривні, криза грошової системи спричиняє зростання дефіциту.

Дефіцит бюджету нашої держави в 2015 році зріс на 64,8 млрд. грн. порівняно з 2014 роком, що є абсолютно негативним показником. Ситуація у 2016 році погіршилася, адже дефіцит становив 83,7 млрд. грн.

Уряд держави намагається зменшити обсяг дефіциту держбюджету за допомогою державних позик. Останні роки динаміка державного боргу має тенденцію на зростання. Варто зазначити, що у 2016 держборг збільшився на 89 млрд. грн. порівняно з 2015 роком. На сьогоднішній день загальний обсяг державного боргу у національній валюті дорівнює 1 630 705,4 млн. грн., тобто взяття позик не є оптимальним варіантом для вирішення проблеми дефіциту бюджету.

Досвід зарубіжних країн виділяє такі способи вирішення даної проблеми:

- 1) збільшення доходів бюджету;
- 2) скорочення бюджетних витрат;
- 3) здійснення внутрішніх і зовнішніх позик;
- 4) проведення грошової та кредитної емісії.

Найбільш правильним способом вирішення цієї проблеми є зменшення видатків, але за таких умов, що не будуть знижувати рівень життя населення, не призупинять розвиток виробництва. Також керівництво держави має запровадити заходи, що будуть сприяти збільшенню доходів :

- 1) удосконалення податкової системи;
- 2) покращення роботи митних та податкових органів;
- 3) стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу;
- 4) розвиток державного виробництва;
- 5) покращення взаємовідносин між різними гілками влади.

Таким чином, можна зробити висновок, що розвиток держави напряму залежить від збалансованості видаткової та дохідної частини бюджету. На мою думку, варто проаналізувати досвід зарубіжних економічно розвинених країн, щоб вирватися із кола боргів - стабілізувати економіку України. Вищезазначені методи допоможуть швидше розробити стратегію зменшення державного дефіциту.

Література:

1. Закон України «Про Державний бюджет України» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/80-19>
2. Пасічник Ю. В. Бюджетна система України: навч. посібник./ Ю. В. Пасічник . — К.: Знання, 2006. — 607 с.
3. Федошев В. І. Бюджетний дефіцит у контексті західної фінансової теорії і практики/ В. І. Федошев, Л. П. Гладченко // Фінансові ризики. — 2010. — No 3. — с. 19–32.



*Євдокімов Олександр Валерійович
асистент кафедри туризму і
готельного господарства Харківський
національний університет міського
господарства ім. О.М. Бекетова*

*Науковий керівник: Писаревський
Ілля Матвійович, доктор
економічних наук, професор,
Харківський національний
університет міського господарства
імені О.М. Бекетова*

ОБ'ЄДНАНІ ТЕРИТОРІАЛЬНІ ГРОМАДИ: ЕКОНОМІЧНИЙ ТА ПРАВОВИЙ РАКУРСИ

Реформа адміністративно-територіального устрою в Україні у 2015 році поклала початок об'єднанню територіальних громад, однак дискусії про те, чи є об'єднання найбільш раціональною формою організації місцевого самоврядування, не втрачають своєї актуальності і понині.

Основним аргументом противників об'єднання є відсутність нормативної основи функціонування та навіть існування об'єднаної територіальної громади:

«- Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» не дає визначення і чітких правових ознак, не конкретизує правосуб'єктність об'єднаної територіальної громади та її повноважень, механізму її реєстрації як правосуб'єктної одиниці;

- Передбачене Законом України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» створення об'єднаних територіальних громад порушує інституційні основи місцевого самоврядування» - адже статтею 140 Конституції та статтею 2 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» визначається, що місцеве самоврядування є правом територіальних громад, а не їх об'єднань;

- Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» вводить додаткову адміністративно-територіальну одиницю – об'єднану територіальну громаду, не передбачену Конституцією України;

- Законом України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» територіальні громади позбавлено належного їм за Конституцією права на місцеве самоврядування;

- Реалізація положень Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» позбавляє територіальні громади належного їм комунального майна;

- Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» не враховує інституційну пастку, яка може посилити загрози національній безпеці України через нелегітимність об'єднання територіальних громад;

- Реалізація положень ЗУ «Про добровільне об'єднання територіальних громад» є дискримінаційною щодо прав територіальних громад та їх членів» - оскільки позбавляє їх гарантованого статтею 21 Загальної декларації прав людини права безпосередньо брати участь в управлінні своєю країною;

- Ст 13. Конституції України вказує, що держава забезпечує захист права усіх суб'єктів власності і господарювання, соціальну спрямованість економіки». Проте реалізація Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» передбачає відчуження даних прав попри конституційний захист;

- Згідно зі ст. 7, п. 3 Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад», схвалені сільськими, селищними, сільськими радами проекти рішення щодо добровільного об'єднання у 5 – денний строк подаються обласній державній адміністрації для надання висновку щодо відповідності цього проекту Конституції та законам України. Статтею 119 Конституції України, ст. 13, 14 Закону України «Про місцеві державні адміністрації» такі повноваження місцевих державних адміністрацій не передбачені;

- Законом України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» створено передумови для узурпації влади органами місцевого самоврядування, уможливлення безпідставного позбавлення прав членів територіальних громад та покладення на них додаткових не передбачених законодавством обов'язків, згоди на які вони не надавали» [1].

В якості ж основних аргументів на користь об'єднання прибічниками даної форми організації зазначаються більші нормативно закріплені доходи (60% ПДФО, частина державного мита, акцизного податку і ще ряду обов'язкових платежів [3]) та наявність міжбюджетних відносин з державним бюджетом, тобто можливість залучати базові дотації, освітні та медичні субвенції та інші міжбюджетні трансферти [2].

Хоча ОТГ і володіє значно більшим потенціалом соціально-економічного розвитку, однак формується даний потенціал за рахунок державної підтримки, а отже сприяє посиленню залежності місцевого самоврядування від держави, що суперечить самій меті децентралізації влади в Україні – створенню спроможних, фінансово незалежних муніципальних утворень. Враховуючи відсутність нормативного

підкріплення правосуб'єктності ОТГ, відокремлена громада у багатьох випадках є більш надійною та перспективною формою організації місцевого самоврядування в Україні.

Література:

1. Об'єднання територіальних громад: як під виглядом децентралізації узурпують владу [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://terhromady.info/yak-pid-vyhliadom-detsentralizatsii-uzurpuiut-vladu/>
2. Особливості формування бюджетів об'єднаних громад [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://decentralization.gov.ua/news/3958>
3. Практичний посібник з питань формування спроможних територіальних громад [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.zhydachiv-rda.gov.ua/file/image/051/posibnik_gromadi_1.pdf

*Машлій Галина Богданівна
кандидат економічних наук,
Тернопільський національний
технічний університет імені Івана
Пулюя*

*Галяберда Андрій Михайлович
Тернопільський національний
технічний університет імені Івана
Пулюя*

ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ РЕГІОНУ

Створення бренду є одним з інструментів, що визначає успішність ділової активності будь-якої господарської одиниці. Бренд діяльності формується, коли існують стійкі позиції в напрямках, що забезпечують успішність бізнесу – професіоналізм менеджменту, конкурентоспроможність продукту, оптимальність дистрибуції або процесу розподілу товарів і послуг, доступність фінансових ресурсів і передових технологій, сприятливість споживчого ринку та інше. Суб'єкти, які мають бренди і претендують на лідерські позиції на ринку, повинні вміло враховувати весь комплекс факторів, що визначають успішність розвитку ділової активності, враховуючи специфіку ринку та сегменти споживачів.

Об'єктивним чинником регіоналізації економіки України є класифікація окремих регіонів на предмет «специфіки» їх виробничого спрямування, географічного розташування та особливостей бізнес-господарської діяльності. Це визначає стратегію програм розвитку окремих регіонів і галузей виробництва, що існують на даній території.

Поділ регіонів безпосередньо пов'язаний з оцінкою і «затребуваністю» їх потенціалу на предмет інновацій та інвестицій. На сьогоднішній день бренд території розглядається як сукупність неминущих цінностей, неповторних, оригінальних споживчих характеристик даної території і спільноти, які одержали суспільне визнання й мають стабільний попит серед споживачів [1].

Створення бренду регіону відзначається наступними особливостями:

- формування бренду на основі врахування економічних, соціальних та культурних традицій регіону, а також виділення певних оригінальних рис, що виділяють даний регіон серед інших;
- формування стереотипу про даний регіон як лідера в певній сфері економіки,
- використання символіки регіону (герба) при створенні логотипу його бренду;
- націленість на позитивне сприйняття бренду, що дозволить лобювати його інтереси в економічних та управлінських колах, формування «доброзичливості» з боку інвестора;
- наявність ефективної реклами, у тому числі соціального характеру, яка сприятиме зацікавленості у взаємовигідних економічних відносинах з даним регіоном;
- врахування тенденцій та перспектив розвитку ринку в регіоні.

Як зазначає Пашкова Г., алгоритм формування регіонального бренду включає такі стадії:

1. Проведення SWOT-аналізу розвитку регіональної соціо-еколого-економічної системи.
2. Вивчення та фіксація існуючого стану.
3. Пошук розв'язання суперечностей у системі.
4. Вироблення стратегічного бачення майбутнього - створення образу (бренду) регіону.
5. Розробка плану дій щодо формування регіонального бренду.
6. Просування бренду.
7. Постійний моніторинг та оцінка сформованого бренду [1].

Отже, формування бренду регіону передбачає здійснення цілеспрямованої і кропіткої діяльності, що повинна включати заходи із підвищення конкурентоспроможності та зростання соціальної захищеності населення даної території.

Література:

1. Пашкова Г. Брендинг регіону в контексті нової парадигми регіонального розвитку [Електронний ресурс]/ Г. Пашкова. – Режим доступу: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_02\(13\)/12pggpr.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_02(13)/12pggpr.pdf).



*Галбург Ірина Геннадіївна
студентка 3 курсу, Кременчуцький
національний університет імені
М. Остроградського, м. Кременчук*

*Науковий керівник: Мороз Олена
Василівна, доцент кафедри
маркетингу, Кременчуцький
національний університет імені М.
Остроградського*

ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Динамічний розвиток ринкових процесів в Україні, реформування усього комплексу виробничих відносин вимагають створення принципово нової системи управління великими промисловими підприємствами. Це пов'язано з тим, що входження України до світового економічного простору як рівноправного економічного партнера ставить перед вітчизняними промисловими підприємствами проблеми, створені як їх тривалою роботою в умовах командно-адміністративної системи, так і необхідністю становлення сучасної ринкової економіки та зміною цільової орієнтації підприємств [1, с. 3].

Для досягнення стійкої конкурентоспроможності на ринку актуальним є питання пошуку інноваційних моделей розвитку й управління підприємством, однією з яких є застосування логістичного підходу до управління підприємством.

На управління підприємствами на засадах логістичних підходів в Україні звертають поки що недостатню увагу. Засади логістичної концепції управління висвітлені у працях Бондарчук В., Васюк І., Гудзь П., Молдован Л., Кабанець І., Кальченко А., Курдицького С., Луїс Р., Рудюк Л., Тяпукін А., Фролової Л. Разом з тим, проблеми застосування логістичної концепції управління підприємством з використанням зарубіжного досвіду для її адаптації у вітчизняних реаліях потребують подальшого дослідження.

Поняття «логістичне управління» вчені трактують по-різному. Б. Паласюк зазначає, що логістичне управління полягає в цілеспрямованому впливі на логістичні потоки з метою синхронізації їхньої взаємодії і досягнення ефекту синергізму. За І. В. Струтинською логістичне управління – це процес приведення інфраструктури підприємства до стану

рівноваги або досягнення цілей з ефективного забезпечення та обслуговування логістичних процесів та операцій на підприємстві.

Постіндустріальний етап розвитку економіки України та необхідність побудови інтелектуального суспільства в умовах інтеграції, інформатизації та глобалізації світових господарських процесів потребують не тільки його демократизації, а й істотних змін в організації та управлінні всіма ієрархічними рівнями господарювання на основі інноваційно-інвестиційної моделі сталого розвитку економіки країни. З огляду на це принципово значущим стає застосування інноваційної моделі управління, яка зможе надати нові імпульси у розвиток економіки, вдосконалити механізми управління і забезпечити підвищення ефективності кожного суб'єкта підприємницької діяльності [2].

Загальною метою логістичного управління є реалізація й узгодження економічних інтересів безпосередніх і опосередкованих учасників підприємницьких процесів через найефективніше використання ресурсів в існуючих на даний момент умовах господарювання.

Організація логістики на підприємствах, у логістичних системах, логістичних ланцюгах поставок є істотним чинником організаційного забезпечення ефективного логістичного управління як у вузькому (управління переміщеннями матеріальних ресурсів), так і в широкому розумінні як сутність управління підприємством, філософія управління. Зростання значення організації логістики в ефективності логістичного управління відбувалося у безпосередньому зв'язку з масштабами поширення концепції логістики на процеси та сфери діяльності підприємства [3, с.365].

Логістичний підхід до управління підприємством націлений на забезпечення раціоналізації потокових процесів у рамках керованої системи з позиції єдиного матеріалопровідного ланцюга, інтеграція окремих частин якого здійснюється на технічному, технологічному, економічному, методологічному рівнях, а мінімізація витрат часу і ресурсів досягається шляхом оптимізації наскрізного управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками. Таким чином, логістичне управління полягає в цілеспрямованому впливі на логістичні потоки з метою синхронізації їхньої взаємодії і досягнення ефекту синергізму [4].

Отже, логістичне управління підприємством узгоджує економічні інтереси учасників підприємницьких ресурсів шляхом найефективнішого використання наявних ресурсів в даний період часу, а таке узгодження має призвести до загального зміцнення позицій вітчизняних компаній на ринку та підвищить їх конкурентоспроможність на зовнішньому ринку.

Література:

1. Хаджинова, О. В. Логістична стратегія управління витратами великого багатопрофільного промислового підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / О. В. Хаджинова. – Донецьк, 2006. – 23 с.
2. Фролова Л. В. Логістичне управління торговельним підприємством: теорія та методологія : дис. д-ра екон. наук / Л.В. Фролова – Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк, 2005.
3. Крикавський, Є. В. Логістика. Основи теорії: підруч / Є. В. Крикавський. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», Інтеллект – Захід, 2006. – 454 с.
4. Забуранна, Л. В. Логістичне управління підприємством: сутність та передумови розвитку / Л. В. Забуранна / Сталий розвиток економіки. – 2010. – № 7. – с. 120–123

*Третякова Марія Олегівна
студентка, Кременчуцький
національний університет
ім. Михайла Остроградського*

*Науковий керівник: Мороз Олена
Василівна, доцент кафедри
маркетингу, Кременчуцький
національний університет імені
М. Остроградського*

СКЛАДОВА ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах складної економічної ситуації на вітчизняному ринку, постійних змінах технологічного процесу, підвищенням стандартів якості у споживачів, оскільки ринок перенасичений і вони мають достатній вибір, очевидним є те, що для збереження конкурентних позицій на ринку та досягнень стратегічних цілей підприємства, стає необхідним впровадження прогресивних концепцій менеджменту, заснованих на логістичному підході. Ефективність управління логістичними процесами значно впливає на рівень благополуччя підприємства.

Проблеми логістичного менеджменту представлені в роботах таких вітчизняних вчених як: Крикавський Є.В., Ларіна Р.Р.,

Скоробогатова Т.М., Тридід О.М. Російських авторів: Миротін Л.Б., Родніков А.Н., Сергеев В.І., Стерлігова А.М. Та закордонні автори: Доналд Дж. Бауерсокс, Девід Дж. Клосс, Дуглас М., Джеймс Р. Сток. В працях цих авторів в основному висвітлюється сутність логістичної стратегії та визначаються принципи її формування. Однак, малодослідженими залишаються її складові елементи, структура, взаємозв'язок із загальною стратегією, зокрема підходи формування конкурентоспроможної логістичної стратегії в ній.

Основні напрями логістичної стратегії такі [1]:

Витрати. Їх мінімізація дає можливість одержувати великий прибуток.

Обслуговування споживачів. Логістика контролює обсяг запасів, час доставки продукції, швидкість реагування на запити споживачів тощо. Виграш за рахунок цих показників уможлиблює збільшити свою конкурентоспроможність.

Тимчасові параметри. Своєчасність означає швидке постачання нових видів продукції або їх точну доставку.

Якість. Логістика зобов'язана зробити свій внесок в підвищення конкурентоспроможності фірми.

Гнучкість. Логістична стратегія повинна будуватися на основі надання послуг, що виконуються з врахуванням вимог конкретного замовника.

З огляду на підвищення конкуренції, керуючись напрямками логістичної стратегії, торговельна фірма повинна робити все краще за своїх конкурентів: домагатися найнижчих витрат, кращого обслуговування, швидкої доставки, гнучкості, використання найкращих технологій. Проте це, звичайно, нереально. Тому доводиться йти на компроміси, врівноважуючи рівень послуг із їхніми витратами. Торговельне підприємство вибирає для своєї логістичної стратегії ту або іншу спрямованість, тим самим вказує на чинник, який вважає для себе найважливішим. Фірма може підтримувати стійку конкурентну перевагу на основі лідерства у витратах або на базі диференціації, або використовуючи і те й інше [2, с. 214].

Отже, управління логістикою підприємства торгівлі може бути ефективним, якщо здійснюється неперервний оперативний контроль за об'єктом управління, оснований на постійному збиранні, аналізі й перетворенні інформації про нього. Логістичний менеджмент може забезпечувати ефективну координацію обсягів закупівель товарів з прогнозованим обсягом продажів.

Література:

1. Ковалев К.Ю., Уванов С.А., Щеглов П.Е. Логистика в розничной торговле: как построить эффективную сеть. – СПб.: Питер, 2007. – 272 с.
2. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник. – 3-е изд.-М.: ИВЦ “Маркетинг”, 2000. – 375 с.



Босак Андрій Остапович
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет
«Львівська політехніка», м. Львів

Стецик Марта Романівна
студент, Національний університет
«Львівська політехніка», м. Львів

ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ВИШЕГРАДСЬКОЇ ЧЕТВІРКИ: ТЕНДЕНЦІЇ, МОЖЛИВОСТІ І ЗАГРОЗИ

Актуальність співробітництва України та країн Вишеградської четвірки зумовлена багатьма чинниками: спільна історія, географічне розташування, взаємодія у різних сферах життя, спільний курс на Європу тощо.

Вишеградська група була створена у лютому 1991 р. в Угорщині. Країни-учасниці прагнули відновлення державної незалежності, створення сучасної ринкової економіки, інтеграції у європейську політичну, економічну, безпекову і правову системи. Ще у 1993 р. Україна заявила свої наміри на законодавчому рівні про регіональне співробітництво і на основі цього було сформовано частину міжнародно-правової бази співробітництва. Проте лише у 1999 р. президенти цих чотирьох країн виявили бажання підтримувати проєвропейські сили в Україні. Фактична політична співпраця почалась 2005 р. – відтоді щороку проводяться збори міністрів оборони для обговорення найважливіших питань стосовно питань оборонної політики та переходу на стандарти НАТО.

Будучи основними транзитерами та споживачами російського газу, Польща, Угорщина, Чехія, Словаччина та Україна мають спільні інтереси в енергетичній сфері. Через територію зазначених країн постачається значний відсоток газу з Росії до Європи. На сьогодні достатньо актуальною є перспектива перетворення Вишеградської четвірки на енергетичний союз, який, з огляду на геополітичне положення країн-учасниць, має всі підстави для здійснення координації транзитної політики безпеки України.

Торгівля України з країнами Вишеградської четвірки займає значну частку у загальній торгівлі з країнами Європи (рис. 1, рис. 2). Експорт до Польщі зріс з 1208 млн. дол. у 2009 р. до 2200 млн. дол. у 2016 р., а імпорт знизився з 4280,3 млн. дол. до 2693,3 млн. дол. Експорт послуг зріс з 90,5

млн. дол. у 2008 р. до 275 млн. дол. у 2017 р., а імпорт суттєво не змінився.

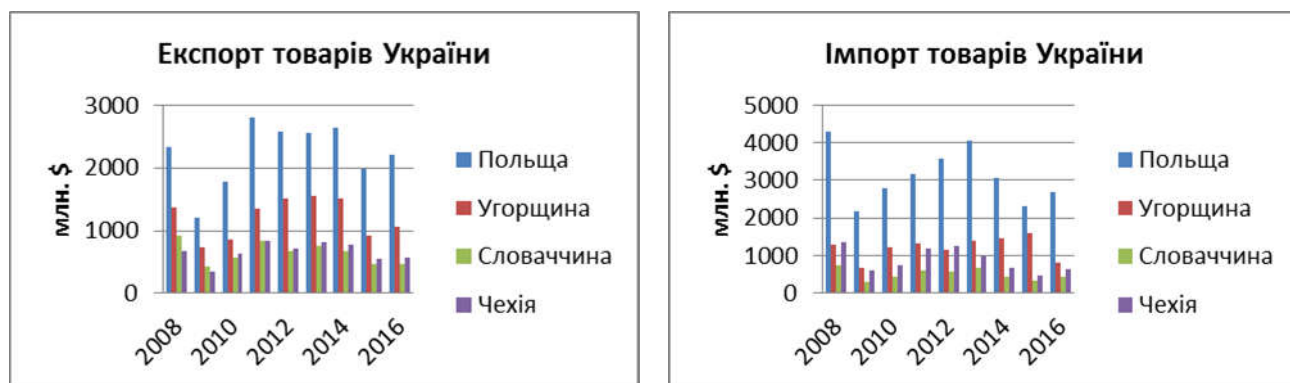


Рис.1. Експорт та імпорт товарів України до країн Вишеградської четвірки



Рис. 2. Експорт та імпорт послуг України з країн Вишеградської четвірки

Торгівля України і Угорщини свідчить, що експорт товарів з України після світової економічної кризи почав зростати, хоч і не швидкими темпами, однак починаючи з 2013 р. знову почав падати. Така тенденція є негативною. Імпорт товарів також почав зростати, але в 2016 р. суттєво скоротився з 1608,8 до 801,9 млн. дол. Щодо експорту послуг, то їх динаміка стрибкоподібна, а імпорт послуг за 2012-2017 рр. спадає з 107,9 до 34,8 млн. дол.

Динаміка експорту товарів в Словаччину є негативною. Імпорт товарів і експорт послуг незначно коливаються, імпорт послуг зріс з 26,7 млн. дол. у 2012 р. до 107,7 млн. дол. у 2017 р. Експорт товарів до Чехії за 2013-2016 рр. впав з 823,7 до 560,7 млн. дол. Імпорт товарів після 2008 р. зріс, але починаючи з 2013 р. знову скоротився. Коливання експорту та імпорту послуг незначні.

Найбільша частка експорту припадає на товари, але переважає продаж сировини. Імпорт з країн Вишеградської групи значно перевищує експорт, Україна не використовує всі можливості, доступні в рамках торговельної угоди з ЄС. Слід розробити торгову стратегію, в якій визначити експортні пріоритети, використати економічний потенціал України, диверсифікувати експорт з урахуванням специфіки ринків Вишеградської четвірки [1].

Співпраця В-4 і України є взаємовигідною. Для В-4 це збільшення ринків збуту, кількості споживачів товарів і послуг, розширення бізнес-зв'язків, дешева робоча сила, кваліфіковані працівники, співпраця у сфері туризму. Для України це інвестиції, розвиток туризму і бізнесу, надання преференцій для громадян України щодо малого прикордонного руху.

Однак після анексії Криму країни В-4 неоднозначно поставились до санкцій ЄС. Якщо Польща виступає за посилення санкцій і критикує агресивну політику РФ, то Чехія більше стурбована загрозою ісламського тероризму, тому вважає недоцільним припиняти співпрацю з РФ. Словаччина демонструє проукраїнську і прозахідну позицію, президент Андрій Кіска підтримує режим санкцій, виступає за зміцнення обороноздатності НАТО. Натомість угорський прем'єр-міністр не вимагає посилення санкцій проти РФ, більше того, він сумнівається у їх доцільності. Угорці мріють про збільшення впливу на Закарпатті, тому й підіграють Росії [2].

Країни В-4 є членами ЄС, тому змушені підтримувати спільну політику. Україні слід врахувати усі аспекти і жорсткіше відстоювати свої інтереси.

Література:

1. The current state and prospects of trade relations between Ukraine and the European Union: the Visegrad vector [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/DOI/ea-V163-03.pdf>
2. Вишеград і України: особливості національних підходів [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/1728274-vishegrad_i_ukrainina_osoblivosti_natsionalnih_pidhodiv_1991140.html

*Клочко Анна Андреевна
кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики права
Харьковского гуманитарного
университета «Народная украинская
академия»*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В УКРАИНЕ

Политические и социально-экономические преобразования последнего десятилетия XX века, наряду с активизацией социальных явлений, корнями уходящих в предшествующие годы (инвалидность, алкоголизм, наркомания, депопуляция, травматизм и др.), породили некоторые принципиально новые для Украины процессы - бедность,

безработицу, детскую беспризорность, вынужденную миграцию, характеризующиеся устойчивым ростом численности населения, нуждающегося в социальном обеспечении. Ответом на этот "вызов", на фоне начавшегося освобождения работодателей и частично профсоюзов от ранее существовавшей у них ответственности за выполнение данной функции, явилась необходимость повышения роли государства в области социальной защиты населения. Вместе с тем идеология и механизм социальной защиты населения в Украине в постсоветском периоде остались практически без изменений, что не только не снизило остроту существующих социальных рисков, но зачастую способствовало их повышению.

В результате объемы и темпы роста социальных обязательств государства стали заметно опережать его финансовые возможности, что в сочетании с непродуманными преобразованиями структуры управления системой социальной защиты населения привело, по крайней мере, к четырем видам последствий:

1) политическим, связанным с дискредитацией конституционной нормы "социального государства", проявляющимся в массовой протестном поведении граждан в открытой или латентной формах в связи с невыполнением государством гарантий социальной защиты, не способствующим социальной стабилизации общества;

2) финансовым, связанным с отвлечением значительных денежных ресурсов государства, осложняющим создание предпосылок экономического роста, и их крайне неэффективным использованием;

3) социально-психологическим, связанным со стимулированием социального иждивенчества, социальной апатии, маргинализации общества;

4) социально-экономическим, обусловленным отсутствием реально ощутимого влияния результатов деятельности системы социальной защиты на уровень жизни нуждающегося населения.

В настоящее время системе социальной защиты населения Украины присущи следующие основные черты:

- чрезвычайно высокая степень "огосударственности", слабое участие в ее функционировании институтов гражданского общества и особенно самого населения;

- множественность, несистемность и противоречивость нормативных правовых актов, регулирующих деятельность системы социальной защиты населения, их несоответствие тенденциям развития отечественной и международной практики;

- дефицит ресурсов в бюджетах всех уровней для финансирования мероприятий в области социальной защиты на фоне недостаточно экономичного использования выделяемых на эти цели

финансовых ресурсов вследствие дублирования функций различными структурами, нецелевых затрат, прямых потерь и отсутствия эффективного механизма мониторинга за социальными трансфертами на федеральном и региональном уровнях;

- организация социальной защиты населения преимущественно на началах социального обеспечения, неразвитость систем социального страхования и социальной самозащиты граждан;

- преобладание уравнительного, безадресного порядка предоставления социальных пособий, основанного на категорийном подходе определения реципиентов;

- отсутствие обоснованных, прозрачных, ясных принципов, критериев и стандартов предоставления социальных пособий, адекватных характеру защищаемых социальных рисков;

- ведомственная разобщенность, параллелизм и дублирование выполнения сходных функций различными структурами, а также перекрестное финансирование/субсидирование социальных выплат из бюджетов различных уровней и типов;

- отсутствие стройной, завершенной и управляемой по вертикали и горизонтали государственной системы социальной защиты населения;

- незавершенность правового разграничения полномочий органов государственной власти различного уровня в области социальной защиты населения, несбалансированность возложенных на них полномочий с ресурсами, находящимися в их распоряжении;

- отсутствие эффективного оперативного контроля за обоснованностью определения контингентов получателей социальных пособий, их своевременным и в требуемом объеме предоставлением, а также за движением соответствующих социальных трансфертов.

- недостаточность размеров социальных пособий для обеспечения доходов населения; ограниченная доступность/не полностью удовлетворяемые спрос населения на социальные выплаты; несвоевременность их получения населением.

Как известно, несостоятельность рынка связана с тем, что он неспособен устанавливать оптимальные макроэкономические пропорции, поддерживать стабильность финансов и уровень процента, а также определенный уровень безработицы и социальных гарантий. В 70-е годы в западной научной литературе появилось понятие «изъяны» государства. Государство не может быть эффективным по следующим причинам: результаты его действий трудно прогнозируемы и государственным органам трудно проконтролировать ответную реакцию частного сектора на эти действия; государственной системе принятия решений присущи высокие бюрократические издержки; возможность смены исполнительной власти создает пределы для реализации разрабатываемых решений;

государственное предприятие по характеру своей целевой функции и особенностям мотивирования каждого государственного служащего не может конкурировать с более гибкой системой частного предпринимательства.

В связи с этим преобразования в системе отношений собственности западных стран не могут служить образцом для копирования в Украине. Ничтожная доля частного сектора в объеме ВВП в начале реформ 90-х годов, особенности структуры социально-экономических связей (градообразующие предприятия) сделали реформу отношений собственности в Украине сложной задачей, требующей не только взвешенного теоретического подхода, но и большего времени на ее реализацию.

Приватизация в Украине носила спонтанный характер, методы смены формы собственности – полулегальный характер.

Приватизационные реформы не только не достигли поставленных целей (создание необходимых условий для нормального функционирования рыночной системы и повышение эффективности работы хозяйствующих субъектов), но привели к обратным результатам: резкому снижению объемов промышленного производства (на 50 и даже более %); развалу производственных связей предприятий; снижению уровня реинвестиций на предприятиях; изменениям в социальной структуре общества и его быстрому расслоению по уровню благосостояния; криминализации экономики Украины.

Основными причинами провала реформ явились слишком быстрые темпы разгосударствления собственности, слабо согласованные с мерами по макроэкономической стабилизации и антимонопольной политике. При отсутствии серьезной программы по структурной перестройке экономики достижение количественных показателей приватизации являлось самоцелью. Новые собственники оказались неэффективными, поскольку использование приобретенных ими практически за бесценок производственных фондов носило преимущественно рентный характер. Не удивительно, что полученные в ходе разгосударствления собственности бюджетные доходы составили в 1997 г. 0,7 % от ВВП, в 1998 г. – 0,9 %.

Сопровождавшаяся деформацией правовых норм хозяйствования приватизация имела ряд взаимозависимых следствий для обострения кризиса реального сектора экономики:

Быстрая утрата государственного контроля над предприятиями при отсутствии у последних опыта управления явилась причиной разрастания теневого сектора, составляющего по разным оценкам от 25 до 60 % производимых в Украине товаров и услуг.

Спад производства привел к структурной деформации промышленности и к фактическому доминированию добывающих отраслей в структуре ВВП.

Социально несправедливое распределение собственности. Цена одного ваучера не превышала 10 тыс. купонов, что в 1993-1994 годах соответствовало 3-18 долларам. Это значит, что распределенный между гражданами Украины эквивалент национального богатства колебался от 0,417 до 2, 587 млрд. долл. (величина активов мелкого инвестиционного фонда).

В целом экономические реформы 90-х годов, среди которых важное место занимает реформа отношений собственности, привели к обесценению сбережений населения, падению его жизненного уровня и усилению экономического неравенства, ухудшению положения в сфере социальных услуг вплоть до разрушения образования и здравоохранения в сельской местности.

Выход из экономического кризиса невозможен без реализации единой государственной программы экономического роста и структурной реформы экономики. Однако проблема осложняется состоянием государственных финансов, бюджетной задолженностью предприятий и неэффективностью собственников, не вкладывающих в свои предприятия полученной прибыли.

Литература:

1. Иванов С., Каламбет С., Ключко А. Современная социальная политика: проблемы и перспективы: моногр./ С. Иванов, С. Каламбет, А. Ключко. – Днепропетровск, изд-во Маковецкий, 2013. – 242 с.
2. Соціальна політика в Україні: Монографія / О.В. Макарова ; Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. — К., 2015. — 244 с.

*Кожокар Христина Костянтинівна
Чернівецький національний
університет імені Юрія Федьковича*

*Науковий керівник: Шахраюк-
Онофрей Світлана Іванівна,
кандидат економічних наук,
Чернівецький національний
університет імені Юрія Федьковича*

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ ПРАЦЕЗДАТНОЇ МОЛОДІ ЗА КОРДОН ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Сучасна молодь вступає в життя в дуже складних умовах економічного і соціального розвитку суспільства. У сучасній Україні

дорого вчитися, бути здоровим, мати дітей, жити. Серед молоді особливо помітно соціальне розшарування, кожен другий студент не впевнений, що буде затребуваний у своїй країні. Молоде населення країни не може прогнозувати своє життя.

Метою дослідження є виявлення причин міграції молоді за кордон та розробка шляхів рішень, орієнтованої на збереження інтелектуального потенціалу України.

Однією з найважливіших особливостей сучасного стану міграції є «від'їзд інтелекту», тобто безповоротна або довготривала еміграція висококваліфікованих спеціалістів. Основними причинами цього процесу є:

- 1) постійне зниження соціального статусу вченого та спеціаліста;
- 2) результати роботи вчених та спеціалістів часто не знаходять своєї остаточної реалізації; накопичення стартового капіталу для створення власного бізнесу або розвитку своєї справи;
- 3) заробіток задля задоволення поточних життєвих потреб;
- 4) бажання покращити своє матеріальне становище;
- 5) більша можливість за кордоном реалізувати свої знання та досвід;
- 6) національна та релігійна нетерпимість;
- 7) зростання безробіття в країні, навіть серед висококваліфікованих спеціалістів [1].

Причинами міграції можуть бути національні, релігійні, воєнні, політичні та інші чинники.

Міжнародна трудова міграція може носити постійний характер, тобто вона пов'язана з переїздом на постійне місце проживання з однієї країни в іншу та тимчасовий характер по контрактах, сезонна міграція та міграція прикордонних робітників [2].

Сучасна молодь шукає нові шляхи для того, щоб забезпечити собі гідне майбутнє, успішний розвиток. Тому вони емігрують за кордон. У свідомості української молоді закладається чітке уявлення, що за кордоном їх очікує стабільність та процвітання [3].

Виділяють декілька потоків трудової міграції:

- 1) виїзд на навчання при одночасному влаштуванні на роботу;
- 2) виїзд на стажування з одночасною роботою за наймом;
- 3) виїзд на постійне місце проживання з виходом на ринок праці.

Багато випускників ВНЗ виїжджають за кордон, бо не можуть знайти можливості гідного застосування своїх здібностей.

Отже, трудова міграція молоді приводить до проблем в різних сферах життя і розвитку суспільства: політичної, економічної, соціальної, демографічної, та ін.. Таким чином, для того щоб уникнути трудової міграції працездатної молоді, або хоча б скоротити їх рівень, державі

необхідно докласти дуже багато зусиль. Але в першу чергу нашій країні необхідно почати розробку державних програм регулювання «інтелектуальної міграції» у справі захисту вітчизняного інтелектуального потенціалу. Також створити умови конкурентоспроможні до умов за кордоном, добре обладнані робочі місця, які мотивували б молодь залишитися в країні, підняти заробітну плату та рівень життя.

Література:

1. Воробьева О. Д. Миграция населения: теория, политика: Учебное пособие /О. Д. Воробьева, А. В. Топилина. – М.: Экономическое образование, 2012. – 364 с.
2. Козик В.В., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини. Навч. посіб./В.В. Козик Л. А. Панкова. – К.:Знання, 2008.- 406 с.
3. Рязанцев С.В. Мировой рынок труда и международная миграция: Учеб. пособие / С.В. Рязанцев, М.Ф. Ткаченко. – М.: ЗАО Изд. «Экономика», 2010. – 303 с.

*Кошеваров Олексій Леонідович
аспірант кафедри міжнародної
економіки Київського національного
економічного університету
ім. Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник: Антонюк Лариса
Леонтіївна, доктор економічних
наук, професор, Київський
національний економічний
університет*

ВІДВІДУВАНІСТЬ МАТЧІВ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОФЕСІОНАЛЬНИХ ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ ЄВРОПИ

Економічна діяльність професіональних футбольних клубів, що полягає у наданні ексклюзивних футбольних послуг глядачам, спрямована на отримання прибутку. Футбольний продукт – це матч, що здійснюється за участі аудиторії, яка є учасником процесу створення атмосфери гри [1]. Відвідуваність футбольного матчу визначає попит на дану послугу, тобто кількість глядачів, які споживають послугу за запропонованою ціною та умовами.

Існує п'ять важливих детермінант попиту на футбольну послугу: 1) преференції та звички споживача; 2) економічна, тобто ціна відвідування, дохід, обсяг ринку (включаючи демографічну складову населення), наявність субститутів (телебачення; інших спортивних подій), макроекономічні фактори, такі як купівельна спроможність населення; 3) якість послуги, тобто якість та комфорт стадіону, час проведення змагання; 4) характеристика спортивного протистояння, тобто непередбачуваність результату, успішний виступ команди, якість та важливість протистояння; 5) пропозиція, тобто місткість стадіону, що передбачає обмежену кількість місць для відвідування [2]. Всі ці чинники впливають на ціноутворення та в результаті на розмір доходу, який генерує професіональний футбольний клуб від продажу квитків. Для кожної окремої країни та кожного окремого клубу абсолютний розмір доходів від продажу квитків та їх частка в структурі операційних доходів буде різною.

В Європі найбільший рівень середнього доходу на клуб від продажу квитків за 2016 фінансовий рік мали клуби Великобританії, представлені в Прем'єр-лізі Англії 39 млн. євро, клуби Німеччини 27,1 млн. євро, клуби Іспанії 22,7 млн. євро [3, с. 70]. В той же час найбільшу середню відвідуваність матчів мали клуби з Німеччини. Незважаючи на більшу середню відвідуваність, ціни на квитки в німецьких клубах нижче порівняно до клубів Великобританії, а також менша кількість команд в чемпіонаті і відповідно менша кількість матчів.

Найбільший обсяг доходів від продажу квитків за 2016 фінансовий рік отримав ФК «Арсенал» Лондон в розмірі 135 млн. євро. Саме «Арсенал» є яскравим прикладом нарощення конкурентоспроможності за рахунок інвестицій у будівництво нового стадіону в 2006 році, що дозволило збільшити місткість арени та відвідуваність майже вдвічі, а в результаті доходи від продажу квитків зросли в два рази. Для клубів з Німеччини, Іспанії, Італії, Великобританії частка доходів від продажу квитків не є найбільшою, оскільки вагомий обсяг доходів клуби отримують від продажу прав на трансляції, спонсорства, реклама, проте для клубів з Швейцарії, Ізраїлю, Швеції, Нідерландів, Бельгії частка доходів від продажу квитків є найбільшою. В результаті наявність великої кількості вболівальників, які відвідують матчі дає можливість розглядати їх споживачів іншої продукції, наприклад сувенірної, що створює конкурентні переваги в порівнянні з клубами інших країн.

Для клубів України частка доходів від продажу квитків в структурі сукупних доходів клубів вищого дивізіону не перевищує 3%. Це пояснюється в першу чергу структурно неефективним футбольним ринком, порівняно низькою купівельною спроможністю населення, відсутністю розвиненої футбольної інфраструктури у більшості клубів,

порівняно нижчим рівнем якості футбольних послуг, меншій ринковій вартості футболістів, що виступають за команди українських клубів та великою варіативністю субститутів. Незважаючи на розвинену футбольну інфраструктуру, яка залишилась після Євро 2012, середня відвідуваність матчів Української Прем'єр-Ліги почала постійно знижуватись з 2014 р., що пов'язано з політичними та економічними подіями в Україні, падінням попиту на футбольні послуги. Одним з основних факторів зменшення попиту стали цінові фактори, оскільки за 5 останніх років середній дохід клубу з одного пересічного уболівальника збільшився майже в 5 разів на фоні загального падіння купівельної спроможності населення, що призвело до закономірного зниження попиту на футбольне дійство та в результаті середня відвідуваність чемпіонату зменшилась в 3 рази за останні п'ять років [4].



Рис 1. Співвідношення середнього рівня відвідуваності одного матчу клубу УПЛ та середнього доходу з одного відвідувача за матч

Таким чином для українських приватних футбольних клубів вкладання інвестицій у футбольну інфраструктуру не є доцільним, враховуючи, що стадіони на домашні матчі не заповнюються навіть наполовину. Для клубів з розвиненим ринком футбольних послуг існує економічний сенс здійсненні інвестицій у розвиток футбольної інфраструктури, що може дати позитивний ефект в короткостроковій перспективі, а відвідуваність матчів потенційними споживачами може стати ключовим фактором конкурентоспроможності, що спостерігається в провідних клубах Європи як «Манчестер Сіті», «Барселона», «Реал Мадрид», де попит вже перевищує пропозицію.

Література:

1. Sten Soderman “Football and Management Comparison between Sport and Enterprise” 2013, p. 167
2. Borland J. The demand for sports // Borland Jeff and Robert Macdonald Oxford Review of Economic Policy, 19 (4), 478–502.
3. UEFA. The European Club Footballing Landscape. Club Licensing Benchmarking Report Financial Year 2016 / UEFA. – Nyon, 2018. – 125 с.
4. О. Кошеваров. Порівняльний звіт «Український клубний футбол», ФФУ, Київ – 2018 р., 50 с.

*П'ятигорець Анна Костянтинівна
студентка, Миколаївський
національний університет
імені В. О. Сухомлинського*

*Слюсаренко Андрій Вікторович
кандидат економічних наук, доцент
кафедри менеджменту організацій
та зовнішньоекономічної діяльності,
Миколаївський національний
університет імені
В. О. Сухомлинського*

ВПЛИВ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ НА НАЦІОНАЛЬНУ ЕКОНОМІКУ ТА БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ

Процеси транснаціоналізації є основою сучасних світогосподарських відносин і сталою тенденцією розвитку економіки. За умов активізації міжнародної інвестиційної діяльності зростають і основні показники діяльності ТНК, зокрема експорт зарубіжних філій ТНК складає приблизно 1/3 від загальносвітового експорту товарів та послуг, ринкова капіталізація окремих ТНК перевищує 500 млрд дол., а щорічні обсяги продажу становлять 150-200 млрд дол.. Діяльність ТНК дає приймаючим країнам не тільки додаткові можливості для економічного зростання і розвитку, але може знижувати рівень економічної незалежності, впливаючи на формування державної політики регулювання ринків та секторів національної економіки, зовнішньоторговельну, фінансову політики тощо.

Дослідженню цієї проблематики присвячено низка наукових праць вітчизняних вчених. Основні напрями та стратегії здійснення інвестиційної діяльності ТНК досліджено у працях Антоненко О. І.

Чурилова О. А. [1], Семенов А.А., Крижанівська В.В.[2], Рокоча В.В., Плотніков О.В., Новицький В.Є.[3], Шабаліна Л., Корнейченко М.[4] та ін. Водночас, незважаючи на такий науковий здобуток, діяльність ТНК постійно змінюється, їх вплив на економічні системи країн є неоднозначним, що потребує регулярного наукового аналізу та узагальнення процесів транснаціоналізації.

Економіка України приваблює іноземних інвесторів природно-сировинною базою, відносно дешевою робочою силою та високим технічним рівнем підготовки спеціалістів. Впливає також, що Україна є великим ринком збуту та відкритим простором для приватизації, особливо стратегічних об'єктів. ТНК здатні сприяти і проводити модернізацію капіталоемних виробництв, підвищуючи їх загальний технологічний рівень, посилити конкурентні переваги на міжнародних товарних ринках.

Разом з тим, транснаціоналізація національної економіки може спричинити поступову втрату державного суверенітету, права на національне багатство, перетворення країни на джерело дешевих ресурсів та робочої сили. Зацікавленість ТНК в максимізації прибутку, а отже виключно у високоприбуткових галузях економіки, негативно впливає на конкурентоспроможність таких нині важливих для України галузях, як машинобудування, нафтопереробка, металургія, хімічна промисловість тощо, оскільки вони є інноваційно залежними. В Україні процеси транснаціоналізації проходять шляхом поглинання стабільно функціонуючих підприємств. При чому замість впровадження нових технологій та обладнання на підприємстві впроваджуються нові програми виробництва без оновлення виробничих фондів. До того ж торгівля сировиною відбувається за трансфертними цінами і частіше за все з власними філіями. Для контролю цього процесу в Україні можуть бути запроваджені два основних шляхи:

1. Регулювання діяльності іноземних ТНК згідно з національними інтересами. Для захисту вітчизняної економіки повинна бути сформована відповідна законодавча база, котра б врегульовувала процедуру виходу ТНК на місцевий ринок, надавала переваги місцевим інвесторам.

2. Для України важливо сприяти створенню власних ТНК. Національний капітал, що формується за допомогою крупних фінансово-промислових груп, може конкурувати з ТНК. Розвиток українських ТНК через розширення зовнішніх ринків, активізацію інноваційно-інвестиційної діяльності може сприяти підвищенню економічної безпеки держави.

Процес становлення українських ТНК може бути значно прискорений та розширений при залученні іноземних партнерів. Розвиток вітчизняних ТНК за участю іноземного капіталу може стати фактором реінтеграції сегментів пострадянського економічного простору та має

перспективи виходу на ринки третіх країн. Тому створення вітчизняних ТНК буде вагомим стимулом як для розширення виробничих потужностей, так і для покращення фінансово-економічних результатів, що, в свою чергу, сприятиме диверсифікації та нарощуванню темпів виробництва, дозволить Україні поглиблювати участь в глобальних економічних процесах.

Література:

1. Антоненко О. І. Деякі тенденції розвитку ТНК в Україні / О. І. Антоненко, О. А. Чурилова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Fkd/2011_1/part3/56.pdf
2. Семенов А.А. Діяльність ТНК в Україні та їх вплив на економічний розвиток країни / А.А. Семенов, В.В. Крижанівська // «Экономические науки/ Внешнеэкономическая деятельность». – 2008. – с.18-19.
3. Транснаціональні корпорації: навчальний посібник / [В.В.Рокоча, О.В. Плотніков, В.Є. Новицький та ін.]; за ред. В.В. Рокоча. – К.: Таксон, 2001. – с.87-90.
4. Шабаліна Л. Аналіз впливу транснаціональних корпорацій на економіку України / Л. Шабаліна, М. Корнейченко. – Донецьк: Економіка, 2012. – с.59-63.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНЕ СПРЯМУВАННЯ

**Економіка, організація і управління підприємствами, галузями,
комплексами**

<i>Kasianova Anastasia</i> CORPORATE REORGANIZATION ISSUES IN UKRAINE AND IN THE USA.....	3
<i>Іванцов Віктор Володимирович</i> ДЖЕРЕЛА ЛОКАЛЬНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ШВЕЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	7
<i>Вантух Марія Михайлівна</i> МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	11
<i>Гаранко Єлизавета Федорівна, Фірман Володимир Михайлович</i> ПРОБЛЕМАТИКА ЗАСОБІВ ІНДИВІДУАЛЬНОГО І УСУНЕННЯ НЕБЕЗПЕКИ ШЛЯХОМ ЗАСТОСУВАННЯ ШТРАФІВ І РЕКОМЕНДАЦІЙ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЗІЗ.....	16
<i>Діденко Єлизавета Андріївна</i> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ.....	18
<i>Нотевський Євгеній Вячеславович</i> ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «BIG DATA» ЯК СКЛАДОВОЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ.....	22
<i>Осаволук Інна Василівна, Мазуркевич Ірина Олександрівна</i> ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ ЯК НАПРЯМ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ ПОДІЛЬСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ.....	24
<i>Поштар Марія Миколаївна, Пронькіна Ірина Валеріївна</i> УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	27
<i>Приньова Олена Станіславівна</i> ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ START-UP НА БАЗІ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ.....	29

<i>Соломка Ольга Миколаївна</i> ДО ПИТАННЯ ПРО РІВЕНЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ.....	32
--	----

Менеджмент

<i>Нестеренко Сергій Володимирович, Вороніна Алевтина Вікторівна</i> МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КОКСОХІМІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	34
--	----

<i>Пата Юлія Олександрівна, Амельницька Олена Володимирівна</i> ДОСЛІДЖЕННЯ СКЛАДОВИХ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ВУГЛЕДОБУВНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	38
--	----

<i>Ткаченко Ганна Олександрівна</i> КРАУДСОРСИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	42
---	----

<i>Фоміченко Інна Петрівна, Баркова Світлана Олександрівна, Прохоренко Наталія Сергіївна</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ.....	44
---	----

<i>Фоміченко Інна Петрівна, Григор'єва Вероніка Олександрівна, Баркова Світлана Олександрівна</i> МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ.....	47
---	----

Маркетинг

<i>Культенко Валерія Олександрівна</i> ПЕРЕВАГИ PRODUCT PLACEMENT ПЕРЕД ТРАДИЦІЙНОЮ РЕКЛАМОЮ.....	49
---	----

<i>Манжос Ельвіра Олександрівна</i> СУЧАСНИЙ МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ.....	52
---	----

<i>Третьякова Марія Олегівна</i> ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОЧОГО ЧАСУ ПЕРСОНАЛУ.....	54
--	----

Бухгалтерський облік, аналіз і аудит

<i>Кемарська Лілія Геннадіївна, Донських Наталія Олександрівна</i> ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ВИТРАТ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ.....	56
<i>Кемарська Лілія Геннадіївна, Лобас Ірина Сергіївна</i> ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ.....	58
<i>Сахно Анфіса Миколаївна</i> ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	61
<i>Федорова Ірина Володимирівна</i> ОПТИМІЗАЦІЯ ВИЗНАЧЕННЯ ШЛЯХІВ АМОРТИЗАЦІЇ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ.....	63

Банківська справа. Гроші, фінанси і кредит

<i>Заєць Єлизавета Романівна</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ.....	68
<i>Кузьменко Діна Василівна</i> УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	71
<i>Піменова Марія Михайлівна</i> ПРОЗОРИСТЬ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ, ЯК ВАЖЛИВА УМОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....	73
<i>Пироженко Юлія Володимирівна</i> ПРОБЛЕМИ КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	75

Податкова система. Бюджетна система

<i>Поштар Марія Миколаївна, Пронькіна Ірина Валеріївна</i> ПОДАТКОВИЙ КОНТРОЛЬ В УКРАЇНІ.....	77
<i>Савчук Леся Олександрівна</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ.....	79

Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка

Євдокімов Олександр Валерійович ОБ'ЄДНАНІ ТЕРИТОРІАЛЬНІ ГРОМАДИ: ЕКОНОМІЧНИЙ ТА ПРАВОВИЙ РАКУРСИ.....81

Машилій Галина Богданівна, Галяберда Андрій Михайлович ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ РЕГІОНУ83

Логістика і транспорт

Галбург Ірина Геннадіївна ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....85

Третьякова Марія Олегівна СКЛАДОВА ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....87

Світова економіка та міжнародні економічні відносини

Босак Андрій Остапович, Стецик Марта Романівна ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ВИШЕГРАДСЬКОЇ ЧЕТВІРКИ: ТЕНДЕНЦІЇ, МОЖЛИВОСТІ І ЗАГРОЗИ.....90

Клочко Анна Андреевна ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В УКРАИНЕ.....92

Кожокар Христина Костянтинівна СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ ПРАЦЕЗДАТНОЇ МОЛОДІ ЗА КОРДОН ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....96

Кошеваров Олексій Леонідович ВІДВІДУВАНІСТЬ МАТЧІВ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОФЕСІОНАЛЬНИХ ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ ЄВРОПИ.....98

П'ятигорець Анна Костянтинівна, Слюсаренко Андрій Вікторович ВПЛИВ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ НА НАЦІОНАЛЬНУ ЕКОНОМІКУ ТА БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ.....101

ЮРИДИЧНЕ СПРЯМУВАННЯ

Теорія та історія держави і права. Філософія права. Історія політичних і правових вчень

Бархоленко Наталія Петрівна КОНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВІ ОСНОВИ ЗАХИСТУ ПРАВ І СВОБОД ЛЮДИНИ В УКРАЇНІ.....3

Раєвська Вероніка Павлівна РОЛЬ ІНСТИТУТУ ПРЕЗИДЕНТА У СТАНОВЛЕННІ ПОСТРАДЯНСЬКИХ ДЕРЖАВ.....6

Конституційне право. Конституційне процесуальне право. Міжнародне право

Вальчук Любов Сергіївна ДЕФІЦИТ ДЕМОКРАТІЇ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ.....9

Геков Максим Віталійович ОМБУДСМАН ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНСТИТУЦІЙНИХ ПРАВ І СВОБОД ЛЮДИНИ.....13

Замковий Володимир Леонідович КІБЕРЗЛОЧИННІСТЬ ЯК ВИКЛИК БЕЗПЕЦІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....16

Котик Інна Вікторівна ХАРТІЯ ОСНОВНИХ ПРАВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ: ПРОБЛЕМИ ЇЇ КОНСТИТУЦІЙНОГО РОЗВИТКУ.....19

Лобарева Анастасія Олександрівна ПЕРСПЕКТИВНІ ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ВЗАЄМОВІДНОСИН ЄС З УКРАЇНОЮ ЗА ВІДСУТНОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ.....22

Охота Валерія Борисівна ЗАХИСТ НАЦІОНАЛЬНИХ МЕНШИН У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ.....26

Світлична Анна Віталіївна «ПРАВИЛО МІРАНДИ»: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД І ПЕРСПЕКТИВ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ.....30

Таран Л.К. СПІЛЬНА ПОЛІТИКА БЕЗПЕКИ ТА ОБОРОНИ ЄС.....32

Феронов Максим Юрійович СПІЛЬНА ПОЛІТИКА БЕЗПЕКИ І ОБОРОНИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....35

**Цивільне та сімейне право. Цивільне процесуальне право.
Комерційне право. Житлове право. Зобов'язальне право. Міжнародне
приватне право. Трудове право та право соціального забезпечення**

<i>Бойко Ольга Василівна</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ В УКРАЇНІ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ.....	39
<i>Гордєєва Ольга Іллівна, Ільїнова Ірина Владиславівна</i> АКТУАЛЬНІСТЬ АЛІМЕНТНИХ ПРАВОВІДНОСИН.....	41
<i>Гринів Ольга Олегівна, Дубчак Леся Сергіївна</i> ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В УКРАЇНІ.....	44
<i>Громенко Іванна Вікторівна</i> ДО ПИТАННЯ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ УКРАЇНЦІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	46
<i>Гуйван Оксана Петрівна</i> РЕГУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІДНОСИН У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ТА СВІТОВОМУ ЗАКОНОДАВСТВІ.....	51
<i>Демедчук Наталія Ігорівна</i> РИЗИК СТОРІН ПРИ УКЛАДАННІ ДОГОВОРІВ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ.....	56
<i>Зозуля Наталія Олегівна</i> ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ “ЕЛЕКТРОННИХ” (“ЦИФРОВИХ”) ДОКАЗІВ.....	58
<i>Ковальчук Ярослав Вадимович</i> ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ НАЗВИ «ЛЕГАТ» ДО ЗАПОВІДАЛЬНОГО РОЗПОРЯДЖЕННЯ, ПЕРЕДБАЧЕНОГО СТ. 1237 ЦК УКРАЇНИ.....	61
<i>Мошкучело Марина Сергіївна</i> ІНСТИТУТ ДОГОВОРУ В РИМСЬКОМУ ЦИВІЛЬНОМУ ПРАВІ ТА СУЧАСНІЙ ЦИВІЛЬНО- ПРАВОВІЙ СИСТЕМІ.....	65
<i>Слюсар Леся Вадимівн</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МУЛЬТИМОДАЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	69
<i>Шептовицька Анна Артурівна</i> ДОГОВІР ДАРУВАННЯ.....	72

Щаслива Світлана Ігорівна РОЗМЕЖУВАННЯ СТАТУСІВ
ДЕРЖАВНОГО І ПРИВАТНОГО НОТАРІУСІВ ЗА ОЗНАКАМИ
ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ПРАЦЮ.....79

**Кримінальне право. Кримінальне процесуальне право.
Криміналістика. Кримінологія. Кримінально-виконавче право.
Судоустрій. Правоохоронні органи, прокуратура та адвокатура**

Булат Вікторія Вікторівна ОКРЕМІ АСПЕКТИ ДОПИТУ СВІДКА ЧИ
ПОТЕРПІЛОГО ПІД ЧАС ДОСУДОВОГО РОЗСЛІДУВАННЯ В
СУДОВОМУ ЗАСІДАННІ.....82

Гладченко Тетяна Миколаївна ОСОБЛИВОСТІ СПЕЦІАЛЬНОГО
ДОСУДОВОГО РОЗСЛІДУВАННЯ КРИМІНАЛЬНИХ
ПРАВОПОРУШЕНЬ.....84

Каліцінський Віталій Васильович ЕКСПЛУАТАЦІЯ ДІТЕЙ:
КРИМІНАЛЬНО-ПРАВОВА ХАРАКТЕРИСТИКА.....86

Корнієнко Анна Миколаївна ДОПИТ СВІДКІВ ОБВИНУВАЧЕННЯ ЯК
КОМПОНЕНТ ПРАВА НА СПРАВЕДЛИВИЙ СУД З УРАХУВАННЯМ
ПРАКТИКИ ЄСПЛ.....90

Пашаев Арзу Закир оглы ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ
КОНФИДЕНЦІАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В УКРАЇНЕ.....92

Світлична Анна Віталіївна ПУБЛІЧНИЙ ЗАКЛИК ЯК СПОСІБ
ПІДБУРЕННЯ ДО ВЧИНЕННЯ ТЕРОРИСТИЧНИХ ЗЛОЧИНУ.....96

Скишдлевска Ельжбета Витольдовна ИЗЪЯТИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ
НОСИТЕЛЕЙ ИНФОРМАЦИИ ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....97

Шелевко Катерина Володимирівна ОКРЕМІ ПИТАННЯ
КРИМІНАЛЬНО-ПРАВОВОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗАХОПЛЕННЯ
ЗАРУЧНИКІВ ЗА ЗАКОНОДАВСТВОМ УКРАЇНИ.....99

Адміністративне право. Адміністративне процесуальне право. Митне та податкове право. Муніципальне право

Охота Валерія Борисівна ОПОДАТКУВАННЯ НЕПРАВОМІРНОЇ ВИГОДИ.....102

Екологічне право. Земельне право. Аграрне право

Акопян Мері Мурадівна ПРОБЛЕМНІ ПРАВОВІ АСПЕКТИ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ.....105

Котенок Олександр Олександрович ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТИ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ.....108

Лістовська Тетяна Олександрівна ОЦІНКА ВПЛИВУ НА ДОВКІЛЛЯ ТА ЕКОЛОГІЧНА ЕКСПЕРТИЗА: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ.....110

Господарське право. Господарське процесуальне право. Фінансове право. Банківське право

Пустовіт Юлія Юріївна, Коваленко Дарина Валеріївна МЕХАНІЗМ ВЗАЄМОДІЇ ПАРЛАМЕНТУ ТА РАХУНКОВОЇ ПАЛАТИ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ТА МОЖЛИВОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ В УКРАЇНІ.....113

Устінов Артем Андрійович, Берковський Євгеній Олександрович РЕЙДЕРСТВО В УКРАЇНІ.....117

Янушевська Ганна Юріївна ПРАВОВИЙ СТАТУС ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ - ПІДПРИЄМЦЯ.....120

Інтелектуальна власність та його захист. Інформаційне право

Ізбаш Олеся Олегівна ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ СУЧАСНИХ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....123

Гоменюк Анастасія Олександрівна ОКРЕМІ ПИТАННЯ ГАРМОНІЗАЦІЇ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ І ЗАКОНОДАВСТВА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ У КОНТЕКСТІ РЕФОРМИ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ ЄС У 2015-2017 РР.....126

Підписано до друку 06.06.2018р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк на дублікаторі.
Умов.-друк. арк. 4,5. Обл.-вид. Арк 4,95.
Тираж 100 прим.

Громадська організація «Наукова спільнота»
46027, Україна, м. Тернопіль, вул. Загребельна, 23
Ідентифікаційний код 41522543
тел. 0979074970
E-mail: rusenkos@ukr.net

Віддруковано ФО-П Шпак В.Б.
Свідоцтво про державну реєстрацію № 073743
СПП № 465644
Тел. 097 299 38 99, 063 300 86 72
E-mail: tooums@ukr.net