**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ,
МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ**

**ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ**

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

МАТЕРІАЛИ

ІІ науково-практичної конференції

«ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ»

18 квітня 2012 року

**ТЕРНОПІЛЬ
2012**

Матеріали ІІ науково-практичної конференції «Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки» (м. Тернопіль, 18 квітня 2012 року). – Тернопіль : ТНТУ, 2012. – 140 с.

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова	**Р. Рогатинський,** д.т.н., професор, проректор з наукової роботи
Співголова	**Г. Ціх,** к.е.н., доцент, декан ФПД
Члени:	**З. Бриндзя**, д.е.н., професор
	М. Рудакевич, д. держ. упр., професор
	Р. Федорович, к.е.н., професор
	О. Павликівська, к.е.н., доцент

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова організаційного комітету	**Хрупович Світлана Євгенівна, к.е.н., доцент** okhrupovych@mail.ru
Науковий секретар	**Мариненко Наталія Юріївна, к.е.н., доцент** n_kramar@yahoo.com (оформлення та верстка)

Адреса оргкомітету

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Факультет економіки і підприємницької діяльності
46001, Україна, м. Тернопіль, вул. Гоголя, 8, кім. 20 (корпус №8)
тел. (0352) 52-36-44

НАПРЯМКИ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ

1. Актуальні проблеми теорії і практики фінансів, обліку і контролю.
2. Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економічних процесів та їх моделювання.
3. Інноваційні маркетингові технології підприємств: сучасні тенденції та перспективи розвитку.
4. Соціально-економічні проблеми теорії і практики розвитку економічних систем.

Відповідальність за зміст тез доповідей несуть автори.

ЗМІСТ

Секція 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ..... 8

Ірина Башуцька
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ…….. 8

Олена Берестецька
ЗАСТОСУВАННЯ ПРОСТОГО ДИРЕКТ-КОСТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТЕКСТИЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ..... 9

Уляна Білинська
ВИДИ РИЗИКІВ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ..... 11

Вікторія Бухта
КРИТЕРІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... 13

Тетяна Василишин
ПОГЛЯД НА ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ З ПОЗИЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА..... 15

Андрій Василюк
ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОГРАМНОГО УПРАВЛІННЯ МАШИНОБУДІВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ…… 16

Тетяна Винник
ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ АДАПТИВНОЇ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИМИ ЗАБУДОВНИКАМИ..... 18

Світлана Казмірчук
ВЕНЧУРНИЙ КАПІТАЛ У СИСТЕМІ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ..... 20

Олена Кареліна
УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМИ ФІНАНСАМИ ЗАСОБАМИ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ 1С..... 22

Олександра Кіляр
РОЛЬ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ..... 23

Наталія Коваль, Тетяна Винник
ТЕОРІЯ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ ДОХОДІВ..... 25

Tetyana Korolyuk
IDENTIFICATION OF THE ECONOMIC RISK FUNCTIONS..... 27

Наталія Кравчук
ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПОНЯТТЯ «АМОРТИЗАЦІЯ» У ВІДТВОРЮВАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ ЗАСОБІВ ПРАЦІ..... 29

Вікторія Кутрань
ОСНОВНІ НАПРЯМИ АНАЛІЗУ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА... 31

Ольга Кушнір
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТА ФІНАНСОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА…….. 33

Оксана Мазуренок
АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ..... 34

Ірина Маркович
ФІНАНСОВА ГНУЧКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБОВ‘ЯЗКОВА УМОВА ЙОГО СТРАТЕГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ..... 36
Леся Марущак
СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ СИСТЕМІ ПІДПРИЄМСТВА..... 38
Олена Мельник
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ..... 40
Ольга Павликівська
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ..... 42
Тетяна Палига
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ЯК ФАКТОР ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ..... 44
Олена Панухник
РОЗБІЖНОСТІ ФІНАНСОВОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ..... 45
Наталія Прогній
РОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО БАЛАНСУ ПРИ ОБГРУНТУВАННІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ..... 48
Ольга Процик
ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНА МЕТА ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ..... 49
Мирослав-Степан Романюк, Тетяна Винник
АНАЛІЗ СТРАХОВОГО РИНКУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ..... 51
Руслана Рущак
ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ У ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 53
Ірина Сівчук
ПРОЗОРІСТЬ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ..... 54
Сергій Співак
УДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУДІВНИЦТВА..... 55
Наталія Тимошик
МЕХАНІЗМ ЗМЕНШЕННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ..... 57
Ірина Химич
ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА..... 58
Влад Чемера
УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ..... 61
Надія Шостаківська
РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ФОНДУ У ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ..... 62
Оксана Якимюк
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 64

Секція 2. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ЇХ МОДЕЛЮВАННЯ..... 66

Наталія Гарматій
МОДЕЛЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В РЕГІОНАЛЬНОМУ РОЗРІЗІ..... 66

Любов Гац
МОДЕЛЬ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА..... 67

Євген Гащин
ЕФЕКТИВНІСТЬ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕОСНАЩЕННЯ ВИРОБНИЦТВА В НОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ..... 69

Світлана Гринчуцька
ДО ПИТАННЯ ОЦІНКИ РИЗИКУ НЕБЕЗПЕК НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ..... 71

Дмитро Дмитрів, Олена Рогатинська
МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ “МАГАЗИН-СКЛАД”..... 73

Олена Ковальчик
МОДЕЛЮВАННЯ РОЗПОДІЛУ ВИТРАТ З ВИКОНАННЯ АВТОДОРОЖНІХ РОБІТ..... 75

Наталія Різник
УМОВИ ЕФЕКТИВНОГО ФОРМУВАННЯ БУДІВЕЛЬНИХ КЛАСТЕРІВ В РЕГІОНІ..... 77

Максим Старух, Ірина Нагорняк
МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ..... 79

Секція 3. ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ..... 81

Тетяна Борисова
МАРКЕТИНГ У НЕКОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНА ПРАКТИКА..... 81

Оксана Бурліцька
МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ТОРГОВОЇ МЕРЕЖІ..... 83

Андрій Голда
КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ..... 85

Надія Голда
РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 87

Ольга Дячун
ПОКАЗНИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА..... 89

Юлія Кулик
ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ..... 90

Оксана Міщук
ЕФЕКТИВНИЙ ІМІДЖ ОРГАНІЗАЦІЇ..... 92

Марія Мудра
КЛАСИФІКАЦІЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК ПРОДУКЦІЇ ТА ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ НИМИ..... 94
Богдана Оксентюк
ДИЗАЙН НОВОГО ТОВАРУ..... 96
Тетяна Подвірна
КОНКУРЕНТІ ПЕРЕВАГИ ГЛОБАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ НА СВІТОВОМУ РИНКУ..... 98
Марія Рарок
СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ..... 100
Олександр Твердохліб
СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 102
Анна Фалович
СУЧАСНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ..... 104
Володимир Фалович
ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЇ ЯК ІНТЕГРАЛЬНА ЧАСТИНА БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ..... 106
Лілія Якимишин
ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННОГО ЛАНЦЮГА ПОСТАВОК ТОВАРІВ ПОВСЯКДЕННОГО ПОПИТУ..... 108

Секція 4. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ..... 111
Людмила Артеменко
ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКІСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ..... 111
Ірина Бендерська
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА КУЛЬТУРА В ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 113
Ірина Крамар
ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ..... 115
Віталій Кудлак
МІЖНАРОДНА ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЗИЦІЯ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ..... 117
Леся Кухній
РОЛЬ РЕЖИМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ..... 118
Віталій Левицький
ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА ЇХ ВІДОБРАЖЕННЯ В ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЯХ ХХ СТОЛІТТЯ..... 119
Галина Левчунь
ФОРМУВАННЯ РИНКОВОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ..... 121
Nataliia Marynenko, Halyna Tsikh
KEYNESIAN AND NEOCONSERVATIVE PARADIGMS: APPROACHES CONCERNING THE BASIC PROCESSES OF ECONOMIC DEVELOPMENT..... 122
Ірина Нагорняк, Любов Гац
ЗМІСТ БЕЗПЕКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ..... 125

Яна Панухник
ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ..... 126
Наталя Равлик
СТРАТЕГІЧНІ ЗМІНИ ЯК БАЗОВИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО – ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ..... 128
Марія Рудакевич
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ПРОЕКТ..... 130
Ігор Стойко, Лілія Мельник
ЄВРОПА 2020: СТРАТЕГІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО, СТІЙКОГО І ВСЕОСЯЖНОГО ЗРОСТАННЯ..... 132
Світлана Хрупович
ІСТОРИЧНІ РОЗВІДКИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ..... 134
Тарас Ціх
ВНЕСОК Л.М.ЯСНОПОЛЬСЬКОГО У РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ ПЕРШОЇ ТРЕТИНИ ХХ-ГО СТ..... 135

АЛФАВІТНИЙ ПОКАЖЧИК..... 137

Секція 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ

УДК 657
Ірина Башуцька, магістр
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Розглянуто економічну сутність «готової продукції»; визначено, що правильний облік виробництва і реалізації готової продукції – це необхідний елемент управління підприємств різних форм власності.

Ключові слова: *готова продукція, виробництво продукції, реалізація готової продукції.*

Iryna Bashucka

TEORETIKO-METHODICAL ASPECTS OF ACCOUNT OF PRODUCTION AND REALIZATION OF PRODUCTS ON ENTERPRISES

Abstract. Economic essence of the «prepared products is considered»; certainly, that a correct account of production and realization of the prepared products is necessary custom of enterprises of different patterns of ownership control.

Keywords: *prepared products, production of goods, realization of the prepared products.*

В сучасних умовах господарювання успішна діяльність кожного суб'єкта господарювання полягає у підвищенні рівня економічної ефективності виробництва та реалізації продукції. В наш час, потребує більш глибокого розкриття організація обліку готової продукції та визначення фінансових результатів від реалізації готової продукції відповідно до галузевого напряму діяльності підприємства.

Керівник підприємства, в першу чергу повинен приділяти увагу питанням збільшення обсягу виготовленої продукції, розширення її асортименту і покращення якості, включаючи потреби ринку. Дана тема є актуальною для кожного підприємства, яке виготовляє продукцію різних видів.

Вивченням питання, пов'язаного з обліком готової продукції, займалося багато науковців. Найбільш ґрунтовно ці проблеми розглянуто в працях вітчизняних учених: Ф.Ф. Бутинця, А М. Герасимовича, С.Ф. Голова, В.І. Єфименка, І.В. Жиглей, М.В. Кужельного, В.М. Мурашка, В.М. Пархоменка, В.Я. Савченка, В.В. Сопка та ін.

Згідно з п. 6 П(С)БО 9 «Запаси», готова продукція з метою бухгалтерського обліку включається до запасів. Готовою вважається продукція повністю закінчена обробкою, укомплектована, яка пройшла необхідні випробування (перевірки) відповідає діючим стандартам або затвердженим технічним умовам (має сертифікат чи інший документ, що засвідчує її якість), прийнята відділом технічного контролю підприємства та здана на склад або ж прийнята замовником (якщо готова продукція здається на місці) відповідно до затвердженого порядку її приймання (оформлена встановленими здавальними документами). Одиницею бухгалтерського обліку готової продукції є її найменування або однорідна група (вид).

Правильний облік готової продукції – це необхідний елемент управління підприємства. Успішне управління – це перш за все вміння передбачати хід виконання

виробничої програми з виробництва продукції, відхилення від плану і завданих параметрів. Облік не пасивно відображає господарські процеси, що відбуваються на підприємстві при здійснені виробництва продукції, а активно впливає на них, контролює законність, доцільність і ефективність її виробництва.

На даний момент основними завданнями обліку готової продукції на підприємствах в системі організації є: систематичний контроль за випуском готової продукції, станом її запасів і збереженням на складах, обсягом виконаних робіт та послуг; вчасному і правильному документуванні оформлення відвантаженої і відпущеної продукції (робіт, послуг); контроль за виконанням плану договорів – поставок за обсягом та асортиментом реалізованої продукції, організацією розрахунку з покупцями; вчасному і достовірному визначенні результатів від реалізації продукції (робіт, послуг) та їх облік.

Виконання цих завдань залежить від ритмічності роботи підприємства, правильної організації збуту та складського господарства, вчасного документального оформлення господарських операцій та надання інформації для прийняття успішних управлінських рішень.

УДК 06.35.31

Олена Берестецька, асистент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ ПРОСТОГО ДИРЕКТ-КОСТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТЕКСТИЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Анотація. Дані тези розкривають суть методу обліку витрат директ-костинг, що є ефективним на підприємствах з масовим характером виробництва і складним технологічним процесом виготовлення продукції.

Ключові слова: *простий директ-костинг, нормативний метод обліку, управління підприємством, сегмент діяльності.*

Elena Berestetska

THE USE OF SIMPLE DIRECT COSTING THE BUSINESS OF TEXTILE INDUSTRY

Abstract. These theses deal with an approach of wing direct costing which is effective in the enterprise with the mass character production and difficult technological process of production.

Keywords: *simple direct costing, standard method of accounting, management, segment activity.*

Ринкові відносини значно впливають на коливання обсягів виробництва і реалізації продукції, а також на збільшення долі постійних витрат в їх загальному розмірі, що істотно позначається на рівні собівартості виробів і їх рентабельності. В міру посилення цих тенденцій збільшується потреба підприємства в інформації про витрати на виготовлення виробів і їх реалізацію, не викривлених в результаті розподілу непрямих витрат і відносно незмінних на одиницю продукції, що випускається при будь-якому обсязі виробництва. Таку інформацію в промисловості США дає система обліку затрат під назвою директ-костинг (direct costing). При цьому акад. М.Г.Чумаченко підкреслював, що “Директ-костинг повинен бути визначений як поділ

виробничої собівартості на затрати, що являють собою постійні, і на затрати, які змінюються пропорційно зміні обсягу" [3, с.105].

Практичний досвід роботи підприємств США, ФРН, а також Російської Федерації свідчить про досить позитивні тенденції зростання показників ефективності діяльності підприємств [2] .Вивчення цього досвіду є дуже актуальним та перспективним напрямком удосконалення системи управління вітчизняних підприємств з урахуванням особливостей їх діяльності та необхідною адаптацією до сучасних умов господарювання.

Застосовуючи систему "директ-костинг" доцільно оперативно досліджувати взаємозв'язок і залежність між обсягом виробництва і витратами (собівартістю, виручкою, прибутком і маржинальним доходом).

Якщо передбачено випускати не один, а декілька видів продукції, точку самоокупності розраховують для кожного виду окремо. У цьому разі постійні витрати, що стосуються кожного окремого виду продукції, розраховують пропорційно до питомої ваги цієї продукції в загальному обсязі реалізації.

Для забезпечення аналітичного взаємозв'язку доцільно вести розмежований облік змінних і постійних витрат з підрахунком маржинального доходу в розрізі кожного виду продукції.

Система "директ-костинг" загострює увагу керівництва підприємства на зміну маржинального доходу по підприємству в цілому і за окремими видами продукції. Вона дозволяє краще обліковувати високорентабельні види продукції з метою майбутнього переходу на їх випуск, так як різниця між ціною реалізації і сумою змінних витрат не затушовується в результаті списання постійних витрат на собівартість конкретних виробів.

В процесі практичного застосування простого директ-костингу з'ясувалось, що деякі специфічні постійні витрати можна віднести за прямою ознакою на окремі вироби, їх групи, центри відповідальності, сегменти діяльності і виникло поняття напівмаржі як різниці маржі і відповідної суми прямих постійних витрат. Поняття напівмаржі економічно наближається до поняття фінансового результату, тому що характеризує компенсацію непрямих постійних витрат і одержання прибутку.

Ми вважаємо, що на підприємствах текстильної промисловості доцільно створити методологію обліку витрат на виробництво на основі нормативного методу і директ-костингу. Відзначаємо і розділяємо точку зору проф. Пушкаря М.С., що "без використання цих методів управлінський облік не може існувати, а без системи калькулювання неможливо перевірити ефективність роботи підрозділів підприємства і визначити їх вплив на формування собівартості продукції" [1, с.16].

Переваги в застосуванні розвинутого директ-костингу особливо ефективні на підприємствах з масовим характером виробництва і відносно складним технологічним процесом виготовлення продукції, оскільки в цьому випадку значно легше визначити маржинальний прибуток за сегментами діяльності, ніж за виробничими ознаками.

В програмі реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів доцільно передбачити вирішення таких проблем як розробка методики управлінського обліку з детальним розкриттям всіх його елементів. На нашу думку, в ній необхідно розкрити новий перелік методів обліку виробничих витрат і калькулювання фактичної собівартості продукції, а також методику обліку за центрами витрат і сферами відповідальності, економічного аналізу відхилень від норм, обґрунтувати узагальнення витрат на виробництво та підготовку проекту управлінських рішень.

Використана література

1.Пушкар М.С. Тенденції та закономірності розвитку бухгалтерського обліку в Україні (теоретико-методологічні аспекти). Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. – Тернопіль: ТАНГ, 2000. -31с.

2.Чумаченко М.Г. Контролінг у дію / М.Г.Чумаченко // Економіка та держава. - 2007. - №11. –С.25-29.

3.Чумаченко Н.Г. Учет и анализ в промышленном производстве США. –М.: Финансы, 1971.

УДК 336.76

Уляна Білинська, аспірант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ВИДИ РИЗИКІВ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. Розглянуто різноманітні ризики, що свідчить про зростаючу увагу економічної науки до потреб практики в забезпеченні економічної стабільності, у розвитку підприємницької, інвестиційної й інноваційної активності господарських систем різного рівня.

Ключові слова: *інноваційний ризик, інноваційний проект, маркетингові ризики, ризик фінансового інвестування, синергетичний ефект.*

Ulyana Bilynska

TYPES OF RISK IN INNOVATION

Abstract. The various risks, reflecting the increasing attention to economic science to the needs of practice in ensuring economic stability, business development, investment and innovation activity of economic systems at various levels.

Keywords: *innovation risk, innovative design, marketing risk, financial investment, synergistic effect.*

В сучасних умовах жорсткої конкурентної боротьби за збереження та зміцнення своїх позицій на ринку підприємства вимушені впроваджувати інноваційні заходи, що дозволить скоротити витрати часу, ефективніше використовувати ресурси, підвищувати якість продукції. Для подолання розриву із економічно розвиненими країнами та забезпечення економічної незалежності українська економіка має орієнтуватися на інноваційний напрям розвитку. Для промисловості, провідної галузі України, перехід на інноваційний шлях є особливо актуальним. Але, як показує вітчизняна практика, інноваційна діяльність спостерігається лише у незначної кількості промислових підприємств, більшість з яких займається лише розробкою та впровадженням нової або вдосконаленої продукції, оскільки традиційні її види у значній мірі є неконкурентоспроможними як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках.

Слід підкреслити, що одним із головних чинників, які стримують інноваційну активність підприємств, поряд із недостатніми обсягами фінансових ресурсів, нерозвиненістю і слабою результативністю механізмів державної підтримки, невдосконаленістю законодавчої бази та ін., є високий ступінь ризику.

В цілому ризик, що виникає в інноваційній діяльності, включає такі основні види ризиків:

1. **Ризики помилкового вибору інноваційного проекту**. Однією з причин виникнення даного ризику є необґрунтоване визначення пріоритетів економічної та

ринкової стратегії, а також відповідних напрямів різних видів інновацій, здатних внести вклад в досягнення цілей організації. Якщо проект розробляється не під конкретного замовника, а є ініціативним, виконується на основі дослідницького доробку автора інновації.

2. **Ризики незабезпечення інноваційного проекту з достатнім рівнем фінансування.** Вони включають:

• ризик неотримання коштів, необхідних для розробки інноваційного проекту (організація не може залучити інвесторів через неможливість переконати їх в достатній ефективності інноваційного проекту);

• ризик при використанні самофінансування проекту (проект може опинитися без достатніх фінансових коштів в силу невиконання організацією фінансового плану);

• ризик при використанні зовнішніх джерел фінансування (бюджет проекту може виявитися дефіцитним через ліквідацію, банкрутства або накладення арешту на майно кредиторів, закриття кредитної лінії або призупинення платежів по ній в результаті погіршення платоспроможності кредиторів).

3. **Маркетингові ризики поточного постачання ресурсів, виникають при реалізації інноваційного проекту і збуту його результатів.** Маркетингові ризики в першу чергу обумовлені технічними особливостями інноваційного проекту. У деяких випадках для його реалізації потрібні унікальне обладнання або високоякісні комплектуючі та матеріали, які також вимагають розробки і освоєння. Тому в деяких випадках перед організаціями постає проблема пошуку постачальників, здатних розробити подібні унікальні ресурси для інноваційного проекту. Крім цього, може виявитися, що постачальники, на яких розраховувала організація при розробці інноваційного проекту, відмовляться від своїх зобов'язань, і вона не в змозі отримати (придбати) обладнання, сировину, матеріали, комплекти за цінами, які закладені в проекті. Маркетингові ризики інноваційного проекту можуть також бути пов'язані з наступними видами ризиків:

• ризик помилкового вибору цільового сегмента ринку;

• ризик помилкового вибору стратегії продаж нововведення, через невдалу організацію мереж збуту і системи просування до споживача;

• ризик проведення неефективної реклами нових товарів і послуг або товарів з удосконаленими характеристиками.

4. **Ризики невиконання господарських договорів** (контрактів) бувають такі:

• ризик відмови партнера від укладання договору після проведення переговорів (у разі потреби зміни попередніх умов контракту і в разі недобросовісності партнера);

• ризик укладання договорів (контрактів) з недієздатними або неплатоспроможними партнерами (контрагентами);

• ризик невиконання партнерами договірних зобов'язань у встановлений термін, в результаті чого в організації виникають втрати, пов'язані з порушенням графіків поставок, невиконанням партнерами робіт, необхідних для здійснення інноваційного проекту.

5. **Ризики посилення конкуренції.** Причини їх можуть бути наступні:

• витік конфіденційної інформації з вини працівників організації або в результаті промислового шпигунства, початого конкурентами; неправильний вибір ринків збуту і неповна інформація про конкурентів або відсутність достовірної інформації про них;

• уповільнене впровадження нововведень в порівнянні з конкурентними, через відсутність необхідних коштів для проведення НДР, впровадження нових технологій, освоєння виробництва нових високоякісних та конкурентних товарів;

• несумлінність конкурентів (використання методів недобросовісної конкуренції);

• поява на ринку виробників з інших галузей, що пропонують однотипні, взаємозамінні товари, які зможуть задовольнити попит споживачів.

6. **Ризики, пов'язані з недостатнім рівнем кадрового забезпечення.**

7. Ризики, пов'язані із забезпеченням прав власності на інноваційний проект, виникають з різних причин:

• незабезпечення умов патентування технічних, дизайнерських і маркетингових рішень, що виникають в результаті недостатньо «щільного» патентного захисту винаходів, ноу-хау і технологій;

• опротестування патентів, що захищають принципові технічні та інші подібні рішення. При організації системи управління ризиками інноваційного проекту на підприємстві необхідно мати на увазі, що ефективність дії даної структури визначається дотриманням принципу синергетичного ефекту.

Отже, можна підвести підсумок, що розмір збитків від ризиків, що виникають при впровадженні інноваційного проекту, визначаються ймовірністю виникнення даного виду ризику й загрозою виникнення ситуації, які утворюють важливість ризику. Кожне підприємство, виходячи із специфіки своєї діяльності використовує свої методи розрахунку можливих витрат від невдалого впровадження інновацій. Для залучення інвестиційних вкладів у вітчизняні підприємства необхідно знизити значний ступінь невизначеності, що спричиняє настання несприятливих ризикових подій.

УДК 330.341

Вікторія Бухта, аспірант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

КРИТЕРІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Досліджено важливість структурування взаємозв'язаних елементів управління витратами, для досягнення основної мети підприємства. Доведено, що процеси оптимізації витрат, залежать від чітко функціонуючої системи управління витратами.

Ключові слова: *система управління витратами, конкурентоспроможність, собівартість продукції, принципи управління витратами.*

Viktoriya Bukhta

CRITERIA OF FUNCTIONING OF COSTS MANAGEMENT SYSTEM ON ENTERPRISE

Abstract. The importance of establishment of structure costs, for achievement primary purpose of enterprise is investigated. It is proven that processes of costs optimisation depend on accurately functioning costs management system.

Keywords: *costs management system, competitiveness, prime cost, principles of costs management.*

За сучасних умов господарювання конкурентоспроможність підприємства в значній мірі залежить від якісних характеристик виробленої продукції, її відповідності запитам споживачів, замовників і рівня ціни на продукцію, можливості підприємства запропонувати покупцям якісний товар за нижчою ціною. А маневрування цінами, надання замовникам різного роду знижок залежать від собівартості продукції, рівня витрат на її виробництво та реалізацію.

Собівартість продукції залежить від багатьох чинників, як зовнішніх, так і внутрішніх. До зовнішніх необхідно пристосуватися, а на внутрішні необхідно впливати, з метою досягнення найкращих результатів з мінімальними витратами виробничих ресурсів. Проте, собівартість товару не зумовлює його ціни. ЇЇ диктує ринок, тому підприємство змушене адаптуватися до вимог ринку. Для цього необхідно сформувати і забезпечити ефективне функціонування комплексної системи управління витратами на виробництво і реалізацію продукції.

Слід зазначити, що управління витратами є однією з основних підсистем управління підприємством, що забезпечує достатній рівень рентабельності для відтворення та розширення діяльності підприємства. Від якості управління витратами значною мірою залежить фінансово-економічне становище підприємства, рівень конкурентоспроможності продукції.

Теоретичні та практичні аспекти проблем управління витратами розглянуті в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Проте, дослідження управління витратами розглядаються, як правило, з точки зору організації бухгалтерського обліку та вирішення облікових завдань. При цьому залишається недостатньо вивченою загальна теорія управління витратами стосовно сучасного етапу розвитку вітчизняної економіки з врахуванням актуальних проблем розвитку менеджменту на підприємствах. Зокрема, додаткової розробки потребують такі аспекти організації управління витратами, як методологічні (концептуальні) підходи і алгоритми організації управління витратами (механізм організації управління витратами), рівні управління витратами, зміст системи управління витратами.

Дослідження значного масиву інформації з означеної проблематики, дозволило сформувати основні принципи управління витратами, зокрема:

- управляти необхідно на постійній основі (принцип системності і періодичності управління витратами);
- розкриття керованих витрат для будь-якого рівня управління;
- стратегічна основа за часом та ієрархією (будь-які оперативні рішення приймаються з врахуванням стратегічних інтересів; всі рішення за рівнями управління підприємством приймаються з точки зору інтересів підприємства в цілому);
- порівняльний моніторинг підприємств-постачальників, а також витрат допоміжних підрозділів, для прийняття своєчасних і ефективних рішень;
- забезпечення зацікавленості персоналу в ефективному управлінні витратами (підвищена мотивація персоналу);
- періодичність здійснення управлінського аналізу витрат і собівартості продукції;
- безперервний контроль за основними критеріями витрат.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що для оптимізації витрат на промисловому підприємстві необхідно створити чітко функціонуючу систему управління витратами. При цьому, особливу увагу необхідно звернути на структурування взаємозв'язаних елементів управління витратами, що дозволить досягти мети: у створенні інформаційного забезпечення процесів планування; контролю; прийняття управлінських рішень для досягнення стратегічних, тактичних, оперативних цілей суб'єкта господарювання на основі фактичних, нормативних і прогнозних показників функціонування, його сегментів, а також показників зовнішнього середовища.

Відповідно до загальноприйнятого визначення, оптимізація (від латів. optimum - найкраще), процес знаходження екстремуму (глобального максимуму або мінімуму) певної функції або вибору найкращого (оптимального) варіанту з безлічі можливих.

Тому, побудова одновимірної моделі управління витрати може служити основою їх оптимізації.

Таким чином, система управління витратами – складний механізм, основним завданням якого є забезпечити працездатність підприємства і конкурентоспроможність виготовленої продукції.

УДК 658.15

Тетяна Василишин, аспірант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПОГЛЯД НА ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ З ПОЗИЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто місце фінансового аналізу у стратегічному управління, сформовано нове його визначення. Жорсткі умови конкурентної боротьби диктують для сучасних організацій усіх видів, типів та форм власності умови для подальшого існування, а саме потребу у постійному підвищенні ролі фінансового аналізу.

Ключові слова: *фінансовий аналіз, стратегічне управління, управлінські рішення, фінансовий менеджмент, оцінка фінансового стану.*

Tetyana Vasylyshyn

A LOOK AT FINANCIAL ANALYSIS FROM POSITION STRATEGIC MANAGEMENT OF ENTERPRISE

Abstract. The place of financial analysis is considered in strategic management, new his determination is formed. The hard terms of competitive activity dictate for modern organizations of all kinds, types and patterns of ownership of condition for further existence, namely requirement in the permanent increase of role of financial analysis.

Keywords: *financial analysis, strategic management, management decisions, financial management, evaluation of financial status.*

В умовах становлення ринкової економіки в Україні, значного збільшення прав підприємств у напрямку фінансово-економічної діяльності зростає важливість ролі якісного та своєчасного фінансового аналізу в системі комплексного аналізу діяльності підприємств, оцінки таких показників як ліквідність, платоспроможність, фінансова стійкість та пошуку резервів зміцнення фінансової стабільності, шляхів оздоровлення та виходу із кризового стану підприємств.

На основі того, що суб'єкт господарювання є фундаментальною складовою економіки будь-якої країни, то його фінансовий менеджмент, який не може дати повної картини без оцінки фінансового стану не тільки досліджуваного підприємства, а й усіх його партнерів та конкурентів, є напевне найважливішим елементом системи управління підприємства.

Оскільки, сучасне підприємство обирає собі постачальників і клієнтів самостійно, володіє правом надавати грошові позики та інвестувати кошти в статутні капітали інших підприємств, придбати акції та інші види цінних паперів різних підприємств, несе повну відповідальність за результати своїй виробничо-господарської діяльності перед споживачами, акціонерами, персоналом, партнерами, державою, банком і кредиторами, як бачимо, важливість фінансового аналізу посилюється.

Жорсткі умови конкурентної боротьби диктують для сучасних організацій усіх видів, типів та форм власності умови для подальшого існування, а саме потребу у постійному підвищенні ролі економічних показників для оцінки фінансового стану.

Аналіз сучасної літератури та власне бачення місця аналізу дозволили сформувати таке визначення фінансового аналізу:

Фінансовий аналіз – важливий механізм стратегічного управління діяльності підприємств, який базується на використанні всебічної інформації фінансового характеру, що дозволяє розробити альтернативи для прийняття обґрунтованих стратегічних рішень, які забезпечать довгострокову конкурентоспроможність та прибутковість досліджуваного підприємства з максимальним використанням його потенціалу та змін зовнішнього середовища на свою користь.

На нашу думку таке визначення фінансового аналізу та рівні підприємства більш точно та повно розкривають його суть, а також дає можливість розглядати з іншого боку його місце та роль в системі управління підприємства.

На етапі ринкових відносин фінансовий аналіз здійснюється для збору, обробки та використання інформації фінансового характеру, є основою вибору обґрунтованих рішень управлінського характеру на рівні господарських суб'єктів.

Фінансова стратегія під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища потребує перегляду її, корегування з врахуванням характеру впливу визначених факторів на фінансове положення підприємства. Для прийняття ефективних рішень у сфері фінансів, необхідно розробляти варіанти рішень, використовуючи різні підходи до оцінки наслідків спричинених ситуаціями, що виникають у господарській діяльності. Це повинно бути враховане під час здійснення фінансового аналізу.

УДК 552.060

Андрій Василюк, здобувач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОГРАМНОГО УПРАВЛІННЯ МАШИНОБУДІВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Анотація. Розглянуто проблемні аспекти формування та управління потенціалом підприємства. Досліджено фінансово-господарську діяльність підприємства та механізми ефективного управління з використанням інвестиційно-інноваційного потенціалу.

***Ключові слова**: активи, обсяг продукції, інновації, диверсифікація, інвестиції.*

Andriy Vasylyuk

THE EFECTIVTIVITY PROGRAM MANAGEMENT OF THE MACHINE BUILDING ENTERPRISES

Abstract. Problematic aspects of an enterprises potencial formation and management were considered. The financial-economical activity of the enterprise as well effective management machanisms using its investment-innovative potential were investigated.

***Keywords:** financial-economical activity, production, effective, management, machanisms, investment-innovative potential, investigation, diversification.*

Ефективність управління характеризується [1] відношенням результату діяльності до витрат на управління і характеризує ступінь досягнення балансу інтересів усіх

зацікавлених у діяльності індивідуумів і груп. Функціональна концепція ефективності управління підприємством розглядає його з позицій організування праці та функціонування управлінського апарату, а ефективність управління (ЕУ) характеризує зіставлення результатів і витрат самої системи управління. Ефективне управління дає змогу: забезпечити фінансовими ресурсами; знизити рівень витрат фінансування; підвищити фінансову рентабельність.

Управління витратами-механізм, що забезпечує можливість калькулювання за повними й неповними витратами на виробництво асортименту продукції й собівартості окремих видів, визначення поточних фактичних контрольованих затрат, а також здатність оперативного впливу на процес формування фактичних затрат. Діюча система затратами: розробка продукту, калькуляція затрат, визначення ціни, що покриває затрати скориговані на нормативний прибуток, виведення продукту на ринок. Однією з головних переваг збалансованої моделі управління розвитком інноваційно активних підприємств є можливість проектування і відстеження причинно-наслідкових зв'язків потоків робіт через параметри входів і виходів. До найважливіших завдань слід віднести визначення термінів початку процесів оновлення, можливості запуску нових проектів, встановлення необхідності отримання кредиту. В основу моделі покладені- обсяг продукції, інвестиції, основні засоби, трудові ресурси.

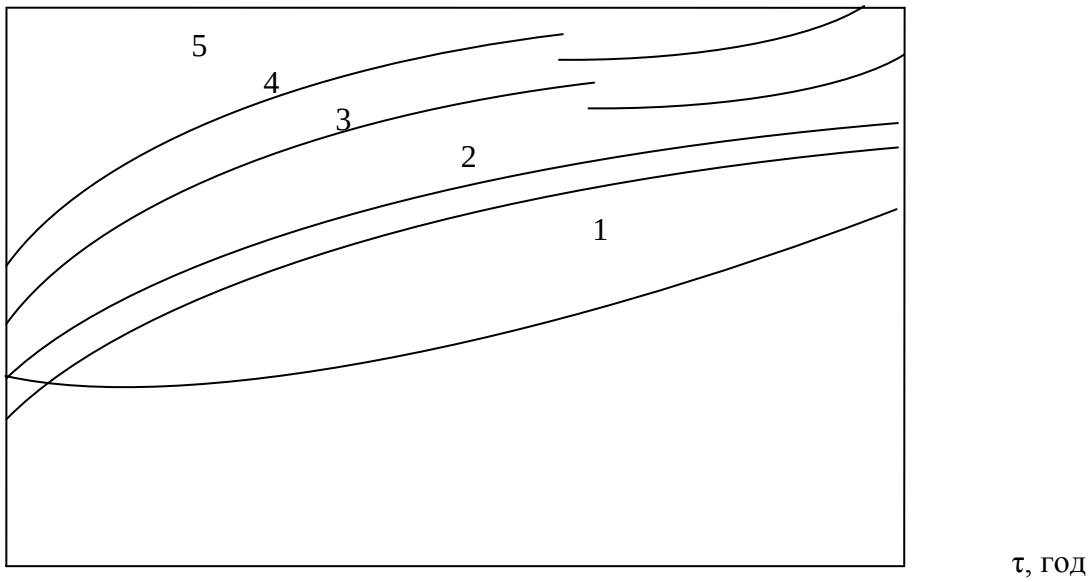


Рис.1.Динаміка випуску продукції та запас комплектуючих: 1- динаміка випуску нової продукції; 2-коливання випуску продукції; 3-динаміка випуску продукції протягом року; 4-часові запаси комплектуючих; 5- загальний обсяг продукції.

Динаміку запуску виробництва чи випуску нової продукції з виходом на проектну потужність можна описати рівнянням степеневої залежності (крива1) $y=kx^{1/n}$, або $m=kt^{1/n}$, де м-обсяг продукції в кг чи грн., t- час випуску продукції. Обсяг продукції упродовж певного часу визначиться, як площа під кривою 1 $\int kt^{1/n}dt$. Динаміка випуску продукції загалом є нестабільною в силу різних причин, як сезонний випуск, відпускний період, кризові явища. В такому разі можливий варіант кривої 2, що описується як $m=a+kt^{1/n}$, і відповідно обсяг продукції визначиться площею під кривою 2. $\int(a+kt^{1/n})dt$. Аналітичне (крива3) визначення обсягу продукції впродовж тривалого часу (роки) можна визначати шляхом розбивання кривої 3 на дві чи більше ділянки.

Введення нових технологій, освоєння нових потужностей призводить до збільшення виробничих потужностей, що враховується при плануванні діяльності

підприємства з коливаннями обсягу виробництва. Разом з тим, сезонні зміни робочого часу, як нерівномірність надання відпусток, інерційність робочої сили призводять до зменшення випуску продукції. Якщо позначити через P -добовий випуск продукції (крива3), через p -її комплектуючі (крива4), тоді різниця m=P-p, протягом часу t залишається незмінною.

В період запуску партії виробництво деталей буде перевершувати обсяг виробу на цю різницю. Тоді на складі протягом часу t буде накопичений запас необхідний для складання виробу протягом часу t

$$L = \int [P(t)-p(t)]dt \quad (1)$$

За певного значення t сума витрат, що пов'язана з виготовленням партії деталей, їх зберіганням і втратами буде мінімальною, тобто відповідати найменшій собівартості. Запас для забезпечення складання виробу протягом часу t пропорційний випуску деталей і чисельно дорівнює площі під кривою $P(t)= a+b(t)+c^3n(nt)$, тому для визначення t потрібно розв'язати трансцендентне рівняння.

Виробничі витрати на деталь, включаючи живу працю, матеріал, накладні витрати (матеріальні), витрати на наладку та підготовку виробництва та (нематеріальні) будуть складати $м_1+м_2$. За оптимальної величини партії сума цих витрат і собівартість будуть мінімальні і графічно відповідають найвищому значенні на заданих кривих, в яких значення першої похідної дорівнює нулю $d(м_1+м_2)/dt=0$.

Використана література

1. Й. С. Ситник Методологічний підхід до оцінювання ефективності систем управління підприємствами Актуальні проблеми економіки №6, 2010.- с.53-60).

УДК 65.016.7:69.003

Тетяна Винник, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ АДАПТИВНОЇ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИМИ ЗАБУДОВНИКАМИ

Анотація. Доведено залежність ефективності діяльності будівельних підприємств від зовнішніх джерел фінансування. Обґрунтовано необхідність адаптивної реструктуризації.

Ключові слова: *реструктуризація, джерела фінансування, будівництво*

Tetiana Vynnyk

THE NECESSITY OF ADAPTIVE RESTRUCTURING BY DOMESTIC BUILDERS

Abstract. The dependence of efficiency activity of building enterprises from the external sourcing of financing is proved. The necessity of adaptation of restructuring is reasonable.

Key words: *restructuring, sources of financing, construction industry.*

Порушення макростабільності на зовнішніх ринках відобразилося на внутрішніх процесах національної економіки – у грудні 2008 р., через жорстку монетарну політику центрального банку, фінансово-комерційні посередники припинили кредитування як юридичних, так і фізичних осіб. Відповідно, через недостатність фінансування скоротились обсяги виконаних будівельних робіт на 31,4 відсоткових пункти. Разом з тим, стрімке спекулятивне зростання курсу долара (2007 р. – 5,0500 грн., 2008 р. –

7,7000 грн., 2009 р. – 7,9850 грн., 2010 р. – 7,9617 грн.) призвело до остаточного розбалансування усіх ринків, в тому числі й будівельного.

Основними причинами негараздів у будівельній галузі, за твердженнями експертів, є залежність будівельника від зовнішніх джерел фінансування (будівельні проекти майже на 80% реалізуються за рахунок коштів інвесторів, решта 20% – за рахунок ресурсів забудовника, значна частина яких – позичені), подорожчання енергоносіїв, що зумовлює відповідне підвищення цін на будівельні матеріали, зростання відрахувань на розвиток транспортної інфраструктури населених пунктів, збільшення плати за землю. Таким чином, негативний вплив на ефективність діяльності будівельних підприємств чинять зовнішні фактори, що детермінує адаптивну реструктуризацію, метою проведення якої є пристосування до змін ринкового оточення.

Для обґрунтування необхідності адаптивної реструктуризації будівельними підприємствами відобразимо залежність обсягів реалізованої будівельної продукції – виконаних та переданих замовникам будівельно-монтажних робіт і послуг від джерел фінансування будівництва, оскільки дана причина є чи не найвагомішою у структурі екзогенних факторів впливу на ефективність діяльності будівельного підприємства.

Взаємозв'язок обсягів реалізованої будівельної продукції та капіталовкладень, здійснених за рахунок власних коштів, бюджетних ресурсів, грошових засобів населення і отриманих господарюючими суб'єктами кредитів відобразимо шляхом розрахунку коефіцієнтів кореляції за формулою:

$$r = \frac{\overline{XY} - \overline{X} \cdot \overline{Y}}{\sigma_X \cdot \sigma_Y}, \qquad (1)$$

де $\tilde{XY} = \frac{\sum mXY}{\sum m}$; $\tilde{X} = \frac{\sum mX}{\sum m}$; $\tilde{Y} = \frac{\sum mY}{\sum m}$;

$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum (X - \overline{X})^2}{n}}$; $\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum (Y - \overline{Y})^2}{n}}$,

де r – лінійний коефіцієнт кореляції;
n – кількість одиниць у ряді;
m – частота;
X – індивідуальні значення факторної ознаки;
Y – індивідуальні значення результативної ознаки.

Значення коефіцієнта кореляції коливається в межах від «-1» до «+1». Якщо коефіцієнт кореляції дорівнює одиниці, то зв'язок функціональний, якщо нулю – зв'язок відсутній. Щільність зв'язку оцінюється за такою схемою:

r = 0,1 – 0,30, зв'язок несуттєвий;
r = 0,30 – 0,70, зв'язок середній;
3) r = 0,70 – 0,99, зв'язок щільний.

За результатами дослідження, значення всіх коефіцієнтів кореляції відображають суттєвий зв'язок (більше 0,8) між обсягом реалізації будівельної продукції та зовнішніми джерелами фінансування будівництва (взаємозв'язок між обсягом реалізації будівельної продукції та власними коштами забудовників не відображено, оскільки він є функціональним).

Підтверджують залежність будівництва від зовнішніх джерел фінансування показники структури джерел утворення господарських засобів та спроможності господарюючих суб'єктів погашати поточні зобов'язання, розраховані на основі даних Державної служби статистики України.

Таблиця 1

Коефіцієнти кореляції між обсягом реалізованої будівельної продукції та зовнішніми джерелами фінансування капіталовкладень

Показники	Обсяг реалізованої будівельної продукції, млн. грн.
Бюджетні кошти, млн. грн.	0,97
Кошти населення, вкладені у будівництво, млн. грн.	0,94
Кредити банків та інші позики, млн. грн.	0,98

Так, значення фінансових показників – коефіцієнтів фінансового ризику (0,1, нормативне значення – 0,5) та фінансової автономії (4,9, нормативне значення - ≥0,6) – свідчать про високий рівень залежності будівництва від позикових джерел, до того ж у динаміці ситуація погіршується. Це підтверджує вплив екзогенних факторів, зокрема джерел фінансування, на ефективність діяльність будівельних підприємств та, відповідно, детермінує, необхідність реструктуризаційних змін вітчизняними забудовниками з метою пристосування до зовнішніх умов господарювання .

УДК 330. 322. 1

Світлана Казмірчук, асистент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ВЕНЧУРНИЙ КАПІТАЛ У СИСТЕМІ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Визначено місце та роль венчурного капіталу в інноваційних процесах підприємств. Розглянуто актуальні проблеми венчурного фінансування та основні шляхи його розвитку в Україні.

Ключові слова: *венчурний капітал, інноваційні процеси, інноваційна діяльність, венчурне фінансування.*

Svitlana Kazmirchuk

VENTURE CAPITAL FINANCING IN THE SYSTEM OF INNOVATION PROCESSES ENTERPRISES

Abstract. Defined the place and role of venture capital in the innovation processes of enterprises. Actual problems of venture financing and the main factors for its development in Ukraine.

Keywords: *venture capital, innovation processes, innovative activity, venture financing.*

Здійснюючи інноваційні процеси, ніхто не знає, чи успішно завершаться їхні дослідження. Тому і фінансування інноваційної діяльності є надзвичайно ризикованою справою. В умовах нестачі внутрішніх інвестиційних ресурсів та цільового державного фінансування інноваційних проектів для інноваційно активних підприємств проблема пошуку джерел фінансування залишається досі надзвичайно актуальною. Виникає необхідність у створенні таких механізмів господарювання, які б дали змогу знизити

ризик підприємництва в тих сферах, де найбільш інтенсивно здійснюється інноваційна діяльність. У більшості розвинутих країн саме венчурний капітал посідає одне з провідних місць у фінансуванні інноваційних процесів підприємств. Адже малі підприємства, які досягли значного успіху в бізнесі, були профінансовані безпосередньо венчурним капіталом.

Венчурний капітал є одним із найдавніших видів капіталу, що з'явився з того моменту, коли власники великих капіталів надавали фінансову підтримку винахідливим підприємцям, розраховуючи за це на частину прибутків у майбутньому.

Венчурний капітал (від англ. «venture» – ризиковане підприємство) – це довгостроковий (5-7 років), ризиковий капітал, що інвестується в акції новостворюваних і швидкозростаючих перспективних компаній, орієнтованих на розробку і виробництво наукомістких продуктів з метою отримання великого прибутку від приросту вартості вкладених коштів (після реєстрації акцій цих компаній на фондовій біржі) .

На відміну від стратегічного інвестора, венчурний не намагається отримати контрольний пакет акцій, а значить, засновник залишається власником компанії й самостійно формує стратегію її розвитку. Зокрема, у випадку венчурного фінансування необхідні кошти можуть надаватися під перспективний проект без будь-яких гарантій.

Для вітчизняної науки й практики венчурний капітал виступає порівняно новою формою фінансування високотехнологічних інноваційних проектів, які характеризуються достатньо високою невизначеністю та ризиком.

Сьогодні в Україні, незважаючи на нестабільну економічну ситуацію, є всі передумови для упровадження венчурного бізнесу та розвитку підприємницьких структур венчурного капіталу: частково збережено науковий потенціал, збільшується державна підтримка фундаментальних досліджень, зростає зацікавленість до вітчизняних наукових розробок як українських, так і закордонних інвесторів.

Останнім часом на вітчизняному венчурному ринку намітилися значні позитивні зрушення, які привернули увагу відомих західних венчурних компаній до українських підприємств інноваційного бізнесу. Зокрема, одна з зареєстрованих в Україні венчурних компаній – "Техінвест" – в результаті реалізації добре продуманої стратегії дуже успішно вийшла на міжнародний ринок венчурного капіталу, представивши розробки вітчизняних фахівців у високотехнологічному секторі економіки.

Але сьогодні, на загальнодержавному рівні, залишаються наступні проблеми функціонування вітчизняного венчурного капіталу: економічна та політична нестабільність і невизначеність у країні; недосконаліть нормативно-законодавчої бази у сфері венчурного бізнесу; недостатній розвиток фондового ринку; гострий дефіцит кваліфікованих кадрів і відсутність досвіду державних установ у сфері венчурної діяльності; складність пошуку відповідних кандидатів для інвестицій внаслідок слабкого розвитку відповідної інфраструктури; слабка інформаційна підтримка; низький рівень підприємницької культури та навичок; значний обсяг кримінального капіталу в українській економіці; відсутність зацікавленості приватних інвесторів.

Практика венчурної діяльності виявила також ряд стримуючих чинників в її організації та забезпеченні ефективності: високий ступінь ризику при реалізації окремих інноваційно-інвестиційних проектів; складність вибору джерел фінансування; складність оцінки інвестиційної привабливості окремих інноваційних проектів; складність формування інвестиційного портфеля.

Незважаючи на вище перелічені проблеми та негативні чинники, увага до венчурного бізнесу в Україні поступово зростає. Сьогодні вже робляться певні кроки у напрямку створення державного венчурного фонду. Державне агентство України з інвестицій та інновацій разом з проектом Євросоюзу "Розробка фінансових схем та

інфраструктури для підтримки інновацій в Україні" (бенефеціаром якого воно є) розпочали реалізацію 2-го компоненту проекту "Сприяння розвитку фондів венчурного капіталу в Україні" (сума гранту складає 12 млн. евро) [1].

Впровадження і успішний розвиток венчурного капіталу потребують: вдосконалення законодавчого забезпечення діяльності венчурного підприємництва; вирішення завдань фінансового забезпечення; створення відповідної інфраструктури і сприятливих умов для її функціонування; активізація розвитку фондового ринку та сприяння підвищення прозорості венчурних фондів; забезпечення ефективної взаємодії між державою, наукою та бізнесом з орієнтацією на світові тенденції; вирішення організаційно-структурних проблем, освітніх програм і науково-професійного кадрового забезпечення в інноваційній сфері, які б змогли забезпечити ефективне управління венчурного бізнесу.

Головним завданням української венчурної індустрії повинні стати встановлення зв'язків між науково-дослідними інститутами, вузами і підприємствами та стимулювання фінансування наукових досліджень і прикладних розробок.

Крім цього, необхідне забезпечення державою пільгових умов для функціонування в Україні великих іноземних венчурних фондів та стимулювання розвитку національних, які мають формуватися вже з часткою державного фінансування. Цим самим держава повинна демонструвати свою готовність ділити разом з приватними та інституційними інвесторами ризики таких інвестицій. Однак її роль в розвитку венчурного інвестування має бути координуючою, а не керівною.

Використана література

1. Джерела венчурного капіталу. Українська асоціація інвестиційного бізнесу. – Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.uaib. com.ua/files/articles/204/

УДК 338.46:681.3

Олена Кареліна, к.пед.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМИ ФІНАНСАМИ ЗАСОБАМИ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ 1С

Анотація. Охарактеризовано програмний продукт «1С:Підприємство 8. Управління корпоративними фінансами для України», який розв'язує задачі управління фінансами та ведення обліку окремих підприємств, холдингів та груп компаній.

Ключові слова: *управління фінансами, бухгалтерський облік, 1С, програмне забезпечення.*

Olena Karelina

CORPORATE FINANCIAL MANAGEMENT BY FACILITIES OF 1C SOFTWARE

Abstract. The software product "1C:Enterprise 8. Corporate financial management for Ukraine" is described. The program decides the tasks of financial management, accounting and appointed for separate enterprises, holding and groups of companies.

Keywords: *financial management, accounting, 1C, software.*

Дотепер багатофункціональна підсистема управління фінансами була реалізована лише у продукті «1С:Управління промисловим підприємством 8 для України» і навіть невиробничі підприємства змушені були використовувати саме цю конфігурацію, якщо потребували якісного та глибокого фінансового менеджменту.

11.03.2012 р. фірма «1С» та її партнер «Рарус» повідомили про випуск програмного забезпечення «1С:Підприємство 8. Управління корпоративними фінансами для України». Засобами цього продукту організація може не тільки управляти фінансами, але і реалізувати окремі функції бізнес-планування та здійснювати бюджетування.

Основні функціональні можливості програми:

— ведення регламентованого податкового і бухгалтерського обліку;
— ведення оперативного обліку за міжнародними стандартами (IFRS, GAAP чи ін.);
— бюджетне планування і контроль;
— управління рухом грошових засобів;
— управління процесами виконання договорів.

Функції підсистеми управління грошовими засобами: планування надходжень і видатків та формування платіжного календаря; узгодження та затвердження заявок на витрату грошових засобів та формування на підставі заявок платіжних документів; контроль витрат грошових засобів; оперативний облік фактичного руху грошових засобів підприємства на розрахункових рахунках і в касі у розрізі планових показників.

У підсистемі бюджетного планування реалізовано такі функції: планування фінансового стану підприємства на будь-який період; контроль відповідності планових і фактичних даних встановленим ціновим показникам; багатовимірний аналіз відхилень.

Рішення «1С:Підприємство 8. Управління корпоративними фінансами для України» є самостійним продуктом і не потребує придбання додаткових продуктів фірми «1С».

Використана література

1. Про випуск програмного продукту «1С:Підприємство 8. Управління корпоративними фінансами для України» [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://rarus.com.ua/products/korp_fin/1c8-ukf-ukraina/

УДК 657

Олександра Кіляр, к.е.н., ст. викладач
Тернопільський національний технічний університет імені Івані Пулюя, Україна

РОЛЬ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Анотація. Розкрито регламентацію формування облікової політики, досліджено її місце в організації управлінського процесу на підприємстві.

Ключові слова: *облікова політика, наказ про облікову політику, система управління.*

Oleksandra Kilyar

ROLE OF REGISTRATION POLICY IN SYSTEM MANAGEMENT BY ENTERPRISE

Abstarct. Regulation of forming of registration policy is exposed, investigational its place in organization of administrative process on an enterprise.

Keywords: *registration policy, order about a registration policy, control system.*

Розвиток вітчизняних підприємств на сучасному етапі багато в чому залежить від ефективного планування їх фінансово-господарської діяльності. Цей процес, в свою

чергу, потребує побудови реалізації управлінського процесу важливим інструментом якого є облікова політика підприємства.

Питання облікової політики досліджують багато вчених-економістів, зокрема: Ф.Ф. Бутинець, Б.І. Валюєв, П.Є. Житний, М.В. Кужельний, С.Г. Міщенко, О.М. Петрук, М.Т. Щирба, М.С. Пушкар, М.Г. Чумаченко.

Разом з тим питання щодо ролі облікової політики в системі управління підприємством мало висвітлені у працях науковців та потребують подальших досліджень.

Основні положення, що регламентують формування облікової політики та визначають коло осіб, відповідальних за її формування викладено у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» №996-XIV та у Листі Мінфіну «Про облікову політику» № 31-34000-10-5/27793. Відповідно до згаданих документів питання встановлення облікової політики належать до компетенції власника (власників) підприємства, органу, уповноваженому управляти державним майном, органу, уповноваженому управляти корпоративними правами держави. Повноваження власника (власників) підприємства встановлювати облікову політику реалізується через визначення у розпорядчому документі переліку методів оцінки, обліку і процедур, щодо яких нормативно-методична база передбачає більш ніж один їх варіант [3; 4].

Згідно визначень наведених в згаданих документах облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності.

Спираючись на визначення в енциклопедичній літературі терміну політика можемо узагальнити його як мистецтво управління. В свою чергу функція бухгалтерського обліку – забезпечити систему менеджменту підприємства повною, достовірною та об’єктивною інформацією. З огляду на вищевикладене, можна стверджувати, що мета облікової політики полягає саме в створенні інформаційної бази (шляхом побудови системи обліку) як підґрунтя системи управління підприємством.

Як відомо, Наказ про облікову політику є внутрішнім розпорядчим документом на підприємстві. Тому, слід зауважити, що власник або уповноважені ним особи, під час формування даного документу зацікавлені в тому, щоб він містив положення, які б дозволили побудувати не лише ефективну систему обліку, а й систему управління підприємством.

На підтвердження цього наведемо думки провідних вчених, які досліджують дану проблему.

Міщенко С.Г. розглядає облікову політику як складову системи бухгалтерського обліку та системи управління підприємством [1].

На думку Житного П.Є сьогодні спостерігається формальний, вузькоспрямований підхід до формування облікової політики в нормативних та законодавчих документах. Він зауважує, що за результатами обстежень підприємств різних галузей та форм власності на більшості з них визначено місце облікової політики в сукупному управлінському процесі [2].

Пушкар М.С. та Щирба М.Т. зазначають: будучи сервісним центром з генерування інформації для процесу управління система обліку дає важливу інформацію, яка дозволяє менеджерам контролювати поточну діяльність, планувати тактику і стратегію розвитку в майбутньому, раціонально використовувати обмежені виробничі ресурси і здійснювати оцінку результатів роботи підприємства і його структурних підрозділів. [5].

Отже, від оптимально сформованої облікової політики залежить ефективність системи управління підприємством та формування стратегії його розвитку. В свою

чергу, зміст Наказу про облікову політику повинен містити положення, які дадуть змогу вдало поєднати систему обліку з усіма складовими системи управління на підприємстві.

Використана література

1. Автореф. Дис. … канд. екон. наук: 08.06.04 / С.М. Міщенко; Нац. аграр. ун-т. – К., 2004. – 21с.

2. Житний П.Є. Облікова політика в умовах розвитку фінансово-промислових систем: методологія та організація : монографія / П.Є. Житний ; СНУ ім.. В. Даля. – Луганськ, 2007. – 352

3. Закон України „Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 р. № 996-XIV, із змінами та доповненнями [Електронний ресурс] / Режим доступу : http: // buhgalter911.com

4. Про облікову політику Лист Міністерства фінансів України від 21. 12. 2005 р. № 31-34000-10-5/27793 [Електронний ресурс] / Режим доступу : http: // proaudit.com.ua

5. Пушкар М.С. Теорія і практика формування облікової політики: монографія / Пушкар М.С., Щирба М.Т. – Тернопіль : Карт-бланш, 2010. – 260с.

УДК 657.471

Наталія Коваль, бакалавр, Тетяна Винник, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ТЕОРІЯ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ ДОХОДІВ

Анотація. З'ясовано суть та зміст терміну «дохід». Відображено взаємозв'язок рахунків обліку доходів із рахунками обліку витрат.

Ключові слова: *дохід, концепції доходу, витрати, прибуток,*

Nataliia Koval, Tetiana Vynnyk

THE THEORY AND METHOD OF INCOMES ACCOUNTING

Abstract. The essence and contents the term "income" is described. The relationship accounts of accounting of incomes with the accounts of accounting of costs is considered.

Key words: *income, conceptions of the income, costs, profit.*

Однією із ключових категорій, що використовуються як у теорії, так і у практиці бухгалтерського обліку є дохід – надзвичайно поширене, часто застосовуване та, водночас, надзвичайно багатозначне поняття.

Дефінітивний аналіз терміну «дохід» здійснювали представники різноманітних економічних шкіл і течій – Ф.Ф. Бутинець, В.П. Ніколаєва, М.Ф. Ван Бред, Е.С. Хендриксен та інші. Відомий англійський економіст Джонн Річард Хікс зазначав, що багато вчених, досліджуючи концепцію та методологію обліку та аналізу доходу, заперечували не лише один одного, а, подеколи, й самих себе. Розбіжність у тлумаченні сутності доходу, до певної міри пояснюється широкою сферою його застосування як на макро-, так і на макрорівнях (національний дохід, дохід держави, дохід підприємства, дохід сім'ї тощо).

Загалом дослідження сутності доходу базується на засадах трьох концепцій: продукту, вибуття і приросту. У концепції продукту дохід розглядається як динамічний процес створення підприємством товарів і послуг протягом певного проміжку часу – продукт діяльності підприємства. Дана концепція не відображає ні момент визнання доходу, ні його величину, що є її основним недоліком.

При використанні концепції вибуття увага акцентується на обставину визнання доходу тільки після передачі покупцям виробленої продукції та послуг. Однак, такий підхід до визначення сутності доходу не дозволяє обліковувати у складі доходу виручку, нараховану, залежно від умов договору, за завершеними етапами виконаних робіт. Це надзвичайно актуально для забудовників, які обліковують доходи за будівельно-монтажними роботами, як правило, залежно від ступеня виконання робіт згідно договору підряду, а передача об'єкта покупцю (замовнику) виконується після завершення всіх БМР і введення об'єкта в експлуатацію.

У концепції приросту дохід визначають грошові кошти, одержані на момент реалізації товарів і послуг. При цьому сутність доходу як категорії бухгалтерського обліку полягає в надходженні або прирості активів у результаті продажу товарів і послуг.

Відповідно до основного нормативного акту, який регламентує порядок визначення та відображення доходів вітчизняними суб'єктами господарювання – Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 "Дохід" – дохід визнається під час збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена. Дохід відображається в момент його виникнення незалежно від дати надходження або сплати грошових коштів – тобто облік доходів і складання звітності здійснюється на підставі облікового принципу нарахування.

Основні положення П(С)БО 15 «Дохід» запозичено з міжнародної практики ведення бухгалтерського обліку з метою стандартизації обліку у контексті глобалізаційних та інтеграційних прагнень України.

Для обліку доходів Планом рахунків передбачено 7 клас рахунків — «Доходи і результати діяльності», який можна вважати тимчасовим, оскільки він закривається в кінці кожного звітного періоду. Тимчасові рахунки починають новий звітний період із нульового сальдо, на яких накопичується інформація про доходи за даний період, що дає змогу використовувати накопичену інформацію при складанні проміжної звітності (квартальної, за півроку, за дев'ять місяців).У кінці періоду рахунки доходів, як і рахунки витрат, закриваються шляхом списання їх сальдо на рахунок 79 «Фінансові результати». Співвідношення доходів і витрат діяльності підприємства визначено спеціальними рахунками, класифікацію яких за групами наведемо у таблиці 1.

Таблиця 1

Співвідношення рахунків доходів та витрат

№	Найменування рахунків витрат	№	Найменування рахунків доходів
90	Собівартість реалізації	70	Доходи від реалізації
91	Загальновиробничі витрати		
92	Адміністративні витрати		
93	Витрати на збут		
94	Інші витрати операційної діяльності	71	Інший операційний дохід
95	Фінансові витрати	73	Інші фінансові доходи
96	Втрати від участі в капіталі	72	Дохід від участі в капіталі
97	Інші витрати	74	Інші доходи
98	Податок на прибуток		
99	Надзвичайні витрати	75	Надзвичайні доходи
		76	Страхові платежі
		79	Фінансові результати

Схематично взаємозв'язок рахунків обліку доходів і витрат відобразимо на рис. 1:

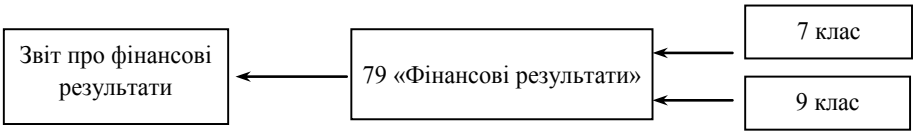


Рис. 1. Взаємозв'язок рахунків обліку доходів і витрат

Загалом розмір отриманого доходу є основним джерелом прибутку – фінансового результату діяльності підприємства за певний проміжок часу, тому надзвичайно важливим є достовірне ведення обліку та аналізування величини доходів з метою адекватної оцінки фінансового стану загалом та виявлення механізмів досягнення максимальної прибутковості.

УДК 330.131.7
Tetyana Korolyuk, PhD (Economics), Ass. Prof.
Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University, Ukraine

IDENTIFICATION OF THE ECONOMIC RISK FUNCTIONS

Abstract. Approaches to the definition of functions of economic risk in modern domestic and foreign literature are analyzed and generalized.
Keywords: *economic risk, function, factor, uncertainty, probability, event, decision.*

Тетяна Королюк, к.е.н, доцент

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ФУНКЦІЙ ГОСПОДАРСЬКОГО РИЗИКУ

Анотація. Вивчено та узагальнено підходи до визначення функцій господарського ризику у сучасній вітчизняній та зарубіжній літературі.
Ключові слова: *господарський ризик, функція, фактор, ймовірність, подія, рішення.*

The role of any category is revealed in those functions which it performs in science and practice, that is, the role of category as it is defined the thesaurus, is clearly based on the consideration of the "external features of the properties of any object in the given system of relations". The function of risk characterizes the external features of the risk parameters of socio-economic system and its individual components (society, people community, economy, industry, enterprise, etc.). Therefore, the nature of economic risk should be linked with the allocation of functions which it performs in the course of economic activity under uncertainty.

Scientists-economists have different ideas about the definition of the functions of risk, because there is no clear coordination of functions that risk performs in economic activity of enterprises and their number respectively. L.N. Tepman provides two functions: protective and stimulating in particular. Stimulating function is manifested in two aspects: constructive and destructive. The first aspect is that the risk in the process of solving economic problems serves as a catalyst, especially in the process of innovative solutions. The second aspect deals with decision making and implementation of decisions with unreasonable risk and leads to adventurism. Adventurism is a kind of risk that obviously contains a sufficient improbability to implement the planned goal, although those who make such decisions do not realize it. Protective function also has two aspects: historical-genetic and socio-legal. The essence of the first is that people are always looking for the forms and means of protection against possible undesired effects spontaneously. In practice, it is testified in the creation of insurance reserve

funds, insurance business risks. The essence of the second aspect is the need to introduce risk categories legality in economic, labor, criminal law.

Some scientists also consider it rightful to distinguish two functions of risk: compensating and socio-economic. Compensating function can provide compensation on success (positive compensation) – additional profit in the case of favourable result (realization of expectations). Socio-economic function deal with the fact that risk and competition allow to identify the social groups of effective owners in the social classes in the process of market activity and in the economy – those branches of activity, where the risk is acceptable.

Other authors (A.P. Alhin, M.G. Lapusta, L.G. Sharshukova, V.V. Vitlinskyy, L.L. Mahanets, I.Yu. Ivchenko, O.E. Kuzmin, G.L. Verbytska, O.G. Melnyk, L.I. Donets) identify four functions which are the most important for the economic risk as an economic category: analytical, innovative, regulatory and protective. The major function is an analytical function, which is caused by the need to select one of the options of business solutions. For this purpose the person who makes decisions, analyzes and correlates all possible alternatives, sets up his own system. Depending on the specific task decision-making can be of different level of risk.

Any innovation is connected with overcoming of the increased risk situations, caused by the novelty of technologies being implemented, or products or services mastered.Typically, success is a result of those managers, who can find innovative solutions.Thus, the risk demonstrates its innovative character while stimulating search of unordinary solutions. The innovative function of risk contributes the most rich and complete creative activity of a man. As it is reasonability noticed by G.B. Kleiner, availability a risk that accompanies the activity of this or that market subject is neither advantage nor disadvantage. Moreover, the absence of risk, that is danger of unexpected and undesired consequences of its effects, as a rule, ultimately, affects the dynamics and efficiency of the economy negatively.

Regulatory function of the category “economic risk” is controversial and becomes apparent in two forms: constructive and destructive. Constructive form of regulatory functions is the ability to take risks which is one way of the entrepreneur successful activity. The conscious, reasonable and responsible attitude to risk (its realizing) as a manifestation of the constructive form of this function plays a role of catalyst in the economic activity, directing the economic agents to obtain significant results by unconventional – sometimes deliberately risky – ways to overcome the conservatism, the psychological barriers which prejudice the promising innovations.

Destructive form of the regulatory function reveals in the risk ignorance. The examples of such attitude to risk are decision-making mechanisms which do not contain reasoning procedures and are based on risk analysis and taking into account the regularities of economic activity. These decisions are essentially the manifestation of voluntarism and adventurism.

Protective function of risk should be interpreted as the need of institutional rights of an entrepreneur or a manager for decision making which elements of economic risk include. A society that recognizes the right for risk should, therefore, provide social, legal, political and economic guarantees to the company manager. To take a risk a manager of the enterprise, realizing his responsibility, must be sure that the possible mistake will not affect neither business nor its reputation. Possibility of mistake, which results in loss, should be treated as an integral part of an independent business, but not as a result of professional failure, mistake being the result of the risk factor, which could not be taken into account in previous risk analysis.

N.N. Kunitsyna defines in detail the functions of economic risk: warning, stabilizing, repressive, control and accumulative. Warning function justifies the need for measures and actions aimed at the preventing of unexpected negative events and their consequences or reducing their impact. Repressive function would require actions that would limit the potential damages or compensate losses from risky event that stepped. Stabilizing function is

that a conscious relation to the risk itself which is balanced, stabilizing factor that strengthens the position of enterprises in the social and economic environment. The control function is manifested in the fact that the rational relation of a manager to the risk, in itself, creates conditions to manage risky situation, determining the level of risk in industrial and economic activity, prediction of unexpected situations. Accumulative function is the accumulation and preservation of temporary facilities and use of them to create reserve funds (risk fund) in the case to cover the expenditures for elimination of the negative effects of risk factors that emerged.

Thus, the risk functions are manifested through the action of risk factors on the parameters of socio-economic system and its individual components, which are caused by various factors. Availability of various aspects of mentioned above functions manifestation testifies overall impact of risk on both the economy and society as a whole and on businesses and entrepreneurs. Adam Smith's allegory, treating a risk as "invisible hand" of market, is likely to be right.

УДК 657.421

Наталія Кравчук, асистент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПОНЯТТЯ «АМОРТИЗАЦІЯ» У ВІДТВОРЮВАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ ЗАСОБІВ ПРАЦІ

Анотація. Розкрито зміст поняття «амортизація» у працях сучасних науковців. Розглянуто роль амортизації у відтворювальному процесі засобів праці на підприємствах цукрової промисловості.

Ключові слова: *знос, засоби праці, відтворення, відновлення, амортизація, інвестиційний процес.*

Natalia Kravchuk

INTERPRETATION OF WHAT CONSTITUTES "DEPRECIATION" IN THE REPRODUCTIVE PROCESS OF LABOR

Abstract. The content of the concept of "depreciation" in the writings of modern scholars. The role of depreciation in the reproductive process of working in the business of the sugar industry.

Keywords*: wear, means work, play, renewal, depreciation, investment process.*

Аналіз діяльності більшості суб'єктів господарювання країни дає можливість стверджувати про існування проблеми крайньої зношеності засобів праці. Переважна частина обладнання як морально, так і фізично застаріла. Тому, зростаючі потреби сучасного ринку підштовхують керівництво підприємств до вирішення даної проблеми.

Зважаючи на вищезгадані причини, надзвичайно актуальною є проблема акумуляції коштів для фінансування програми оновлення виробничої бази. Слід враховувати, що пріоритетним і першорядним джерелом фінансування капітальних вкладень залишається, нарахована за період експлуатації засобів, амортизація. Тому основним завданням дослідження є комплексна система обліку амортизаційної політики підприємств галузі.

На наш погляд, дискусійними можна вважати питання, пов'язані з визначенням поняття амортизації, його трактуванням й інтерпретацією; сприйняттям процесу нарахування амортизації та формуванням амортизаційного фонду як чисто

математичної дії, без аналізу глибокого економічного змісту даної категорії; відсутністю реального резервування грошових коштів й інші аспекти.

У процесі використання основні засоби зношуються, втрачаючи при цьому свої споживчі властивості. У бухгалтерському обліку для оцінки та обліку зносу використовують поняття «амортизація». Про актуальність дослідження даного поняття, свідчить й той незаперечний факт, що амортизація є елементом формування залишкової вартості необоротних активів і фінансових результатів підприємства.

Проте під час дослідження нами з'ясовано, що категорія амортизації в бухгалтерському обліку трактується неоднозначно, а самі підходи ґрунтуються на різних концепціях. Більше того, існуюча система обліку амортизації не дозволяє повністю задовольнити інформаційні потреби користувачів звітності за обсягом і змістом інформації, що веде до зниження значущості даних звітності та довіри до неї з боку користувачів.

Ми виходимо з того, що амортизація – це не просто процес розподілу в його «технічному» розумінні, а важлива складова формування кінцевого фінансового результату. Тісний взаємозв'язок амортизації з оцінкою породжує необхідність одночасного дослідження механізму амортизації на концептуальному та калькуляційному рівнях. Крім того, амортизація є однією з складових інвестиційного процесу підприємства, а також елементом державної фіскальної політики стосовно прибутку й майна суб'єктів господарювання.

Слід зазначити, що основні питання бухгалтерського обліку амортизації засобів праці висвітлені в працях: М. І. Кутера, В. Ф. Палія, Я. В. Соколова, Хендриксена Э. С. та Ван Бреди М. Ф., Х. Колдуелла, М. Р. Метьюса, Б. Нідлза, Дж. Ріса, Е. Хендріксена, Р. Ентоні.

Попри зазначені вище висловлювання різних вчених, заслуговує на особливу увагу визначення досліджуваного поняття вченими М. Р. Метьюсом і М. Х. Б. Перерою, які у трактуванні зносу (амортизації) виділяють п'ять етапів: збиток від фізичного зносу активів; зменшення корисності в результаті дії зовнішніх, по відношенню до активу, факторів, таких, як технічне старіння з часом і неадекватність, тобто нездатність виробляти ту продукцію, на яку існує попит; зниження вартості активів; процес розподілу витрат; відрахування до фонду заміщення активів, за рахунок якого здійснюється заміна довгострокових активів по мірі їх виходу з ладу.

При цьому автори вважають, що в бухгалтерському обліку знос (амортизація) – це по суті фінансове поняття, пов'язане з фінансовою цінністю активу, яка в кожен конкретний момент часу відображається його грошовим еквівалентом, або ціною реалізації активу на такий момент. Отже, для цілей бухгалтерського обліку амортизацію слід визначати виключно як зниження ціни реалізації, а стале в бухгалтерському обліку припущення про зниження вартості всіх довгострокових активів є неприйнятним.

Слід зазначити, що відмінність трактувань ще спочатку закладена безпосередньо в назві терміну. Зокрема, латинське pretium означає ціну, або вартість. Отже, de-pretium – це її зниження. Термін depreciation, відповідно, позначає зниження вартості. Проте, відповідно до традиційного підходу бухгалтерського обліку, амортизація не пов'язана зі зниженням вартості активу, як і не пов'язана зі зносом об'єкту внаслідок його експлуатації. На цю суперечність зверталася увага, а також указувалося, що уникнути плутанини можна було б за умови використання терміну amortization. Аналогічна суперечність існує також у вітчизняній практиці бухгалтерського обліку стосовно використання термінів «знос» і «амортизація».

Очевидно, що питання суті поняття «амортизація» в сучасній бухгалтерській думці складне та суперечливе. Підводячи підсумок дослідження природи амортизації Метьюс М. Р., Перера М. Х. Б. відзначили, що жодна з існуючих концепцій не здатна

дати задовільного пояснення тому, що робить бухгалтер в процесі нарахування амортизації.

З цього приводу, вважаємо, що ряд відповідей можна одержати з теорії статичного та динамічного обліку, детально викладеної в працях Э. Шмаленбаха та Ж. Рішара, оскільки в бухгалтерському обліку визначення амортизації різниться в залежності від того, до якого напряму обліку (статичного або динамічного) вони відносяться. У зв'язку із цим, у частині обліку засобів праці можна виділити наступні основні відмінності між двома підходами до бухгалтерського обліку: 1) відповідно до динамічної моделі, норми амортизації є по суті способом регулювання фінансового результату, відповідно до статичної моделі – норми амортизації залежать від фактичних термінів експлуатації засобів праці; 2) з позицій динамічної теорії, нарахування амортизації здійснюється на системній основі, тоді як в статичній теорії амортизація активів може припинятися, наприклад у випадках збільшення ринкової вартості активу. Крім того, в статичній моделі амортизація може застосовуватися до значно більшої кількості об'єктів засобів праці (безоплатно одержані, внесені як частка в статутний капітал), а в динамічній – тільки до придбаних; 3) при встановленні амортизаційної вартості, в динамічній моделі передбачена ліквідаційна вартість об'єкта не враховується, оскільки розглядається не об'єкт, що втрачає свої споживчі якості й вартість, а раніше понесені витрати, тоді як в статистичній моделі ліквідаційна вартість враховується; 4) у динамічному балансі облік амортизації виступає як контрактивний рахунок – регулятив, що відображає перенесення вартості, а в статичному балансі – це інвестиційний резерв на реновацію засобів праці.

Слід зазначити, що діюча в нашій країні методика обліку є ближчою до динамічної моделі, проте, містить в собі також й елементи статичної. Хоча в практиці майже всіх країн переважає саме змішаний підхід (в одних аспектах статичне, в інших – динамічне трактування). Доречною тут буде згадати думку проф. Я.В. Соколова, який вважає, що тільки послідовний розгляд обох трактувань дозволяє зрозуміти, виправданий чи ні такий еклектизм.

УДК 338:658

Вікторія Кутрань, магістр
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОСНОВНІ НАПРЯМИ АНАЛІЗУ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. В статті висвітлено суть збутової діяльності підприємства в сучасних умовах розвитку ринку. Визначено мету та напрями аналізу збутової діяльності підприємства, який є необхідною умовою ефективного управління підприємством.

Ключові слова: *збут, збутова діяльність, аналіз збутової діяльності.*

Victoria Kutran

THE MAJOR ANALYSIS DIRECTIONS OF MARKETING ACTIVITY OF ENTERPRISE

Abstract. The sens of enterprises marketing activity in market economy is exposed in the article. The purpose and directions of marketing activity analyses are shown.

Keywords: *marketing activity, analyses of marketing activity.*

На сучасному етапі розвитку підприємництва існує багато причин, що приводять до збитковості багатьох підприємств. Чільне місце посідають суб`єктивні причини, які

безпосередньо залежать від результатів діяльності самих же підприємств. Одне з перших місць серед цих причин належить проблемам збуту продукції в умовах переходу до ринкової економіки. Часті фінансові труднощі у покупців та недосконалість ринкової стратегії у виробників систематично породжує кризові явища у збутовій діяльності підприємств. Тому для кожного із суб'єктів ринку, які виготовляють та реалізовують продукцію, необхідним є проведення ефективної роботи у сфері збуту.

Поняття «збут», в широкому сенсі цього слова - процес доведення товару від виробника до споживача. Змістом збутової діяльності є комплекс процедур для просування товару на ринок. Високий рівень витрат постійно спонукає підприємства до пошуку нових методів збуту.

Аналіз організації збутової діяльності на підприємстві спрямований на виявлення ефективності ведення збутової діяльності на підприємстві по кожному з її напрямів.

Здійснення аналізу збуту кожного підприємства має вирішити чітко окреслені проблеми. Тому збутова політика, в теперішніх умовах ринку, складається з трьох основних частин:

- плану збуту та формування каналів розподілу (підприємство має визначитися, який обсяг продукції слід продавати та через які з наявних каналів розподілу);
- логістика (сам процес доставки продукту споживачу, разом з інформаційними потоками, що мають забезпечити його ефективність);
- обслуговування покупців (включає всі аспекти відносин продавця і покупця).

Головна мета аналізу збутової діяльності підприємства – оцінка реалізації економічного інтересу виробника (одержання підприємницького прибутку) на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів, для впровадження заходів щодо вдосконалення збутової діяльності підприємства, яка є запорукою його успішної діяльності.

При здійсненні аналізу організації збутової діяльності підприємства слід першочергово визначити елементи внутрішнього і зовнішнього середовища та провести їх максимально дослідити. До елементів внутрішнього середовища відносяться:

- обробка та оформлення замовлень;
- упаковка товару у відповідності до вимог транспортування;
- оформлення документів;
- відвантаження і контроль за рухом вантажу.

Елементами зовнішнього середовища можуть бути:

- транспортна фірма, що обслуговує транспортування;
- посередники і їх склади;
- збутова мережа.

Ігнорування будь-якого з цих елементів може негативно позначитися на фінансовій діяльності підприємства.

Хоча аналіз збутової діяльності є завершальною стадією господарської діяльності товаровиробника, в ринкових умовах планування збуту передує виробничій стадії і полягає у вивченні кон'юнктури ринку і дає можливість підприємству задовольняти потреби покупця та складати плани продажів, на основі яких мають формуватися плани постачання і реалізації продукції.

Побудована належним чином система організації, контролю та аналізу збутової діяльності здатна забезпечити конкурентоспроможність підприємства.

УДК 336
Ольга Кушнір, магістр
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТА ФІНАНСОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. В роботі розлядаються теоретико-методичні підходи та практичні рекомендації щодо аналізу ефективності виробництва продукції та фінансових можливостей підприємства.

Ключові слова: *ефективність виробництва, резерви, прибуток, збиток, рентабельність.*

Olga Kushnir

ANALYSIS OF THE EFFICIENCY OF PRODUCTION AND FINANCIAL OPPORTUNITIES COMPANY

Abstract. In the paper discusses theoretical and methodological approaches and practical advice on analyzing the effectiveness vyrobnytva products and financial enterprises.

Keywords: *production efficiency, reervy, profit, loss, profitability.*

На сучасному етапі розвитку України, забезпечення стабільної роботи підприємств з випуску конкурентоспроможної продукції, є завданням першочергової важливості для керуючих сторін усіх рівнів. Найважливішою якісною характеристикою господарювання на всіх рівнях є ефективність виробництва, яка стала одним з головних чинників економічних трансформацій і розвитку всіх регіонів. В зв'язку з цим виникає потреба у дослідженні особливостей підвищення ефективності господарювання на підприємствах.

Ефективність виробництва являє собою комплексне відображення кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу (у зарубіжних країнах з розвиненою ринковою економікою для окреслення результативності господарювання використовують інший термін продуктивність системи виробництва і обслуговування, під якою розуміють ефективне використання ресурсів (праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, інформації) при виробництві різноманітних товарів та послуг.

Ефективність виробництва – це показник діяльності виробництва з розподілу й переробки ресурсів із метою виробництва товарів. У системі показників ефективності виробництва не усі з них мають однакову значимість. Є головні й додаткові (диференційовані). Якщо перші прийнято називати узагальнюючими, то другі є функціональними, що характеризують певну сторону діяльності. Узагальнюючі показники в основному виражають кінцеві результати виробництва й виконання стратегічних завдань. Функціональні показники використовуються для аналізу й виявлення резервів ефективності, усунення вузьких місць у виробництві.

На нашу думку система показників ефективності, що побудована з урахуванням визначених принципів, має включати декілька груп:

1) узагальнюючі показники ефективності виробництва (діяльності підприємств);

2) показники ефективності використання праці (персоналу);

3) показники ефективності використання виробничих основних і оборотних фондів;

4) показники ефективності використання фінансових коштів (оборотних коштів і капітальних вкладень).

Кожна з перелічених груп охоплює певну кількість конкретних абсолютних чи відносних показників, що характеризують загальну ефективність виробництва (діяльності підприємства) або ефективність використання окремих видів ресурсів. Система показників ефективності виробництва повинна давати всебічну оцінку використання всіх ресурсів підприємства і містити всі загальноекономічні показники.

Отже, підприємство має опрацювати таку систему показників, з допомогою якої воно змогло б із достатньою точністю оцінити поточні та стратегічні можливості підприємства.

УДК 338.33: 658: 621: 34

Оксана Мазуренок, аспірант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Перехід до ринкової економіки змушує машинобудівні підприємства шукати нові стратегії розвитку та функціонування в конкурентних умовах. Однієї із ефективних стратегій є проведення диверсифікації.

Ключові слова: *диверсифікація, підприємство, ефективність, машинобудування.*

Oxana Mazyrenok

ASPECTS OF LEADTHROUGH THE FINANCIAL DIVERSIFICATION IN MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

Abstract. The transition to a market economy makes themachine-building enterprises to search new strategies of development and operating in a competitive environment. One of effective strategies there is a leadthrough of diversification.

Keywords: *diversification, enterprise, efficiency, engineer.*

Перехід до ринкової системи господарювання зумовлює необхідність машинобудівним підприємствам постійно шукати нові шляхи підвищення ефективності своєї діяльності, прогнозувати та планувати стратегію розвитку відповідно до потреб ринкової економіки. Для забезпечення можливості залишатися на ринку машинобудівні підприємства повинні обрати стратегію диверсифікації.

Диверсифікація, як і спеціалізація та концентрація, є однією із суспільних форм організації виробництва. На сьогоднішній день існують такі види диверсифікації: за областю проведення (виробнича, фінансова, маркетингова), за ступенем зв'язку (пов'язана, непов'язана), за місцем проведення (внутрішня та зовнішня), за спрямованістю на синергетичний ефект (конгломератна, концентрична, корпоративна) та інші. Диверсифікація може фінансуватися за рахунок власних (прибуток та амортизаційні відрахування) та залучених коштів (кредити та позики, кредиторська заборгованість та інвестування).

Фінансова диверсифікація може розглядатись як:

- володіння найрізноманітнішими фінансовими активами, кожен з яких має різний рівень ризику, з метою зниження загального ступеня ризику портфеля в цілому;
- розподіл інвестицій і ризиків з різних ринків, фінансових інструментів і стратегій торгівлі;

- загальна ділова практика, направлена на розширення номенклатури товарів і послуг та/або географічної території, для того, щоб розосередити ризик і знизити залежність від циклічності бізнесу;

- спосіб розвитку підприємства, що полягає в освоєнні виробництва нових товарів, товарних ринків, а також видів послуг, що включає не просто диверсифікацію товарних груп, але й розповсюдження підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності фірми.

Суть проведення фінансової диверсифікації на машинобудівних підприємствах полягає в організації ефективного бізнесу, який реалізується відповідно до мети та у кінцевому результаті приведе до того, що підприємство (та/або інвестор) одержить достатній очікуваний прибуток. Основним завданням здійснення диверсифікації є забезпечення прийнятного співвідношення між прибутковістю та рівнем ризику вкладених коштів на її проведення.

Виділимо основні проблеми проведення диверсифікації на машинобудівних підприємствах:

- визначення способів проведення диверсифікації та використання фінансових можливостей;
- визначення перспективних взаємовідносин із суб'єктами господарювання, бюджетом, банками,тощо;
- фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності;
- вивчення економічних та фінансових можливостей ймовірних конкурентів, розробка та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості;
- розробка способів виходу з кризового стану та методів управління за умов кризового стану підприємств.

Ефективність здійснення диверсифікації на машинобудівних підприємствах безпосередньо залежить від залучених інвестицій та вчасної орієнтації на види товарів, які мають попит і є конкурентоздатними. Показником оцінки ефективності вкладів при проведенні фінансової диверсифікації є рентабельність власного капіталу. Цей показник посилений показником розрахунку рентабельності власного капіталу згідно з грошовим потоком.

В фінансовій диверсифікації можна використовувати чотири групи коефіцієнтів: коефіцієнти грошового покриття; коефіцієнти грошового покриття прибутку; коефіцієнти грошового покриття капітальних витрат; коефіцієнти рентабельності грошових потоків. За першою групою коефіцієнтів визначають результати від диверсифікації основної діяльності підприємства, за другою - ступінь розбіжностей, за третьою - можливості диверсифікованого підприємства, за четвертою - проводиться оцінка можливостей диверсифікованого підприємства генерувати грошові потоки. [1]

Слід виділити, що для того, щоб можна було оцінити ефективність диверсифікації діяльності підприємства необхідно використовувати дані в динаміці за певний період. Також доцільно використовувати не лише показники за попередні роки, а й прогнозні. Достовірність результатів аналізу безумовно залежить від рівня знань спеціаліста, який проводить такий аналіз у питаннях прогнозування дій. В будь - якому випадку, такий аналіз є логічним наслідком проведеної роботи підприємством та дає можливість для отримання управлінською ланкою інформації щодо оцінки результатів диверсифікації діяльності підприємства.

Зазначимо, що проведення фінансової диверсифікації підприємств повинно забезпечувати:

- формування та ефективне використання фінансових ресурсів;
- виявлення найефективніших напрямків інвестування та зосередження фінансових ресурсів на цих напрямках;

- відповідність фінансових дій економічному стану та матеріальним можливостям підприємства;
- визначення головної загрози з боку конкурентів, вибір напрямків фінансових дій та для досягнення вирішальної переваги над конкурентами;
- створення та підготовка стратегічних резервів.

Таким чином, успіх проведення фінансової диверсифікації машинобудівних підприємств гарантується при взаєморівновазі теорії і практики фінансової стратегії, при співпаданні стратегічних цілей з реальним економічним та фінансовим можливостям та через жорстке централізоване фінансове управління грошовими потоками.

Використана література

1. М. Д. Корінько. Оцінка результатів диверсифікації діяльності підприємства // Актуальні проблеми економіки. — №3, 2006 р., ст.52-57.

УДК 338.45

Ірина Маркович, к.е.н., асистент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ФІНАНСОВА ГНУЧКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБОВ‘ЯЗКОВА УМОВА ЙОГО СТРАТЕГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ

Анотація. Розглянуті характерні особливості умов господарювання вітчизняних промислових підприємств. В якості однієї з детермінант стійкості підприємства виділена фінансова гнучкість.

Ключові слова: *промисловість, фінансова гнучкість, стійкість підприємства.*

Iryna Markovych

FINANCIAL FLEXIBILITY OF ENTERPRISE AS THE MANDATORY CONDITION OF ITS STRATEGIC STABILITY

Abstract. The characteristic features of operating conditions of domestic industry were investigated. As one of the determinants of the stability of enterprises financial flexibility were selected.

Keywords: *industry, financial flexibility, stability of the enterprise.*

Наявна структура промисловості України зумовлює високу витратність економіки, оскільки базові галузі вирізняються не тільки високою енергоємністю виробництва, а й високою фондо- та капіталомісткістю. Промисловість переживає важкий період, оскільки кризові явища у світовому просторі протікають на тлі складних і не завжди ефективних реформ у вітчизняній фінансовій, грошовій, податковій системах. Таке середовище визначає високу ризиковість здійснення інвестицій в українську економіку. З огляду на вказані труднощі, важливою передумовою ефективної реалізації поновлювальних процесів на підприємствах є наявність достатнього фінансового забезпечення та доступності кредитних ресурсів.

Емпіричні дослідження особливостей формування капіталу вітчизняних промислових підприємств показують суттєву варіативність її структури серед підприємств різного розміру та організаційно-правових форм. Це пояснюється тим, що, як правило, для великих компаній характерна нерізка волатильність активів, диверсифікованість як видів діяльності, так і джерел залучення фінансових ресурсів. Це, природно, є стабілізуючими факторами, спрямованими проти коливань

зовнішнього середовища підприємства. Натомість суб'єкти господарювання невеликих організаційних форм доволі часто мають обмежений доступ до запозичень, хоча й більш схильні до змін та внаслідок цього є гнучкішими на ринку. Крім того, фінансування малих підприємств відбувається переважно за рахунок нерозподіленого прибутку, оскільки зовнішній капітал обходиться надто дорого.

Не залежно від структури капіталу основним показником, який визначає спроможність швидко мобілізувати фінансові ресурси для проведення реактивних чи превентивних заходів, що здатні максимізувати вартість компанії та її стійкість на ринку, є фінансова гнучкість.

Фінансову гнучкість можна оцінювати у кількох основних аспектах: за кількістю можливих для підприємства шляхів досягнення певних цілей, за рівнем диференціації між ними, за різноманітністю результатів застосування різних варіантів розвитку подій.

Закордонні вчені здійснюють вимірювання фінансової гнучкості за допомогою наступних індикаторів:

• показника чистої балансової ліквідності (net liquidity balance), який обчислюється як відношення грошових коштів та їхніх еквівалентів у національній та іноземній валютах до сукупних активів,

• коефіцієнта RISK, що дорівнює відношенню накопиченого прибутку (accumulated profit) до накопичених інвестицій (accumulated investments).

Проте, дуже важливою є правильна інтерпретація отриманих результатів, адже незадовільні значення індикаторів можуть бути спричинені короткостроковими труднощами на підприємстві або перебуванням у початковій фазі певного довготермінового інвестиційного проекту, що вимагає значних фінансових вливань.

Тому, постійний моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства є критично важливим у сучасних умовах глобалізованого ринку з тісними взаємозв'язками та взаємозалежностями, адже навіть незначні його коливання можуть мати суттєві наслідки для стійкості суб'єкта господарювання.

Найважливішими факторами, які забезпечують зростання ефективності виробництва в сучасних умовах, можна вважати по-перше, застосування у виробництві досягнень науково – технічного прогресу, а по-друге, постійне вдосконалення систем управління виробництвом та організаційних форм для найбільш ефективного використання ресурсів та зменшення втрат.

Структури та методи управління, які були традиційними протягом останніх десятиліть, не можуть застосовуватися зараз без врахування внутрішніх та зовнішніх умов. Зовнішнє середовище діяльності сучасних підприємств характеризується динамічністю та турбулентністю, в той час, як ще всередині минулого століття його можна було назвати відносно стабільним та простим, чітко впорядковані робочі відносини змінилися на вільне підприємництво, бюрократизм трансформувався в невизначеність та ризиковість діяльності.

З огляду на це, забезпечення фінансової стабільності переходить у пріоритетні завдання кожного підприємства, що вимагає дуже ретельного підходу до управління усіма бізнес-процесами організації. Це стосується не тільки фінансових напрямків роботи, а й організаційного укладу, оскільки всі процеси суб'єкта господарювання перебувають в тісному взаємозв'язку та здатні синергічно поширювати як позитивні, так і негативні ефекти від будь-яких змін.

Безумовно, досягнення високого рівня фінансової гнучкості може бути одним із індикаторів адаптованості підприємства до роботи в глобальних умовах поряд із такими як: знос основних засобів; рівень браку у виробничій собівартості продукції; частка сертифікованої продукції в обсязі реалізованої; частка витрат на дослідження та

розробки в загальній величині витрат підприємства; якість ділових відносин з постачальниками; якість сервісу; комунікаційна активність; тенденції ефективності збуту; ступінь диверсифікації ринків; частка експорту в обсязі реалізації; готовність до залучення іноземних інвестицій.

Періодичне оцінювання всіх вищевказаних параметрів роботи підприємства дозволяє вчасно виявити «вузькі місця» та вжити превентивних заходів стабілізації. Управління є тією ланкою виробничої системи, яка зобов´язана будуватися на принципах чутливості до змін – необхідним є створення комплексу контрсигналів реагування навіть на незначні коливання оточення, що забезпечує динамічну стабільність системі, та наявності сукупності коректуючих відповідей на зовнішні виклики, які дають можливість системі змінюватися в певних межах. Поєднання наявності цих факторів дозволяє перетворити підприємство на адаптивну систему з високим ступенем гнучкості.

УДК 657

Леся Марущак, к.е.н., ст. викладач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ СИСТЕМІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено та розкрито значення управлінського обліку як основної складової системи інформаційного забезпечення управління господарською діяльністю підприємства, визначено сферу застосування, а також тенденції його розвитку на підприємствах у сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: *управлінський облік, інформація, інформаційна система підприємства, витрати, підприємство.*

Lesya Maruschak

MODERN CONCEPTS MANAGEMENT ACCOUNTING IN INFORMATION SYSTEM OF ENTERPRISE

Abstract. Investigated and disclosed the value of management accounting as a major component in information system management of economic activities on the enterprise, defined the scope and its development trends on the enterprises in the contemporary economy.

Keywords: *management accounting, information, information system of enterprise, costs, the enterprise.*

У зв’язку із світовими кризовими явищами проблема ефективного використання системи управлінського обліку в сучасних умовах постає не тільки перед Україною, як державою, яка має державні підприємства, якими необхідно ефективно управляти, а й перед окремими приватними холдингами, корпораціями та підприємствами. Останніми роками на вітчизняних підприємствах значно зростає потреба у застосуванні управлінського обліку, що зумовлюється обмеженістю сировинних ресурсів, а також конкуренцією на ринках сировини, товарів, продукції та послуг, а отже і необхідністю прийняття ефективних управлінських рішень на основі обґрунтованої, своєчасної та достовірної інформації.

Більшість теоретиків та практиків у сфері обліку дотримуються думки про те, що управлінський облік як самостійний вид формування та використання економічної

інформації, не тільки має право на існування у сучасних умовах господарювання, але є й нагально необхідним.

Вагомий внесок у дослідження питань теорії і практики, організації та розвитку управлінського обліку здійснено в працях провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Бородкіна О.С., Бутинця Ф.Ф., Валуєва Б.І., Гуцайлюка З.В., Друрі К., Карпенко О.В., Каплана Р., Кірєйцева Г.Г., Леня В.С., Лінника В.Г., Литвина Б.М., Нападовської Л.В., Палія В.Ф., Пушкаря М.С., Сопка В.В., Сука Л.К., Хорнгрена Ч.Т., Чумаченка М.Г., Яругової А. та інших.

Незважаючи на численні наукові дослідження та розробки, проблема створення цілісної, універсальної інформаційної системи управлінського обліку підприємства, яка б могла враховувати специфіку діяльності підприємства, залишається невирішеною та актуальною.

У XX столітті управлінський облік стає необхідним у зв'язку з розширенням об'єктів традиційного обліку і основною особливістю його стає те, що на місце обліково-економічних завдань висуваються нові, зокрема: забезпечення потреб користувачів вибірковою інформацією, яка носить адресний характер. Так, для кредиторів важливо знати платоспроможність підприємства, акціонерам – його прибутковість, банкам – ліквідність, керівникам – шляхи зниження витрат та збільшення прибутку.

Отже, об’єктивна необхідність в інформації призвела до формування управлінського обліку і застосування його методології в практичній діяльності підприємств, що по сьогоднішній день дозволяє приймати обґрунтовані економічно виправдані рішення зі зниження витрат на виробництво, збільшення його доходів.

Сьогодення показує, що в сучасних умовах розвитку обліково-економічної культури керівника управлінський облік спрямовується на забезпечення інформаційних потреб лише керівництва, тобто виключно є доповнюючим елементом системи фінансового обліку, хоча в історичному аспекті його розвиток пов'язаний з управлінням витратами на всіх стадіях господарської діяльності, і посиленням ролі інформації оперативного, тактичного, стратегічного характеру в прийнятті рішень.

Отже, зосереджуючи увагу на ролі управлінського обліку в інформаційному просторі підприємства та забезпеченні прийняття рішень його керівництвом в умовах невизначеності на сьогоднішній день, можна зробити висновок, що забезпечення конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі здійснюється різними шляхами, зокрема за допомогою стратегічного аналізу чи маркетингових досліджень, а прийняття рішення із конкретної фінансово-господарської ситуації, стратегії і тактики розвитку можливе за умови наявності інформації, джерелом якої традиційно є лише бухгалтерський облік. Проте, сучасні реалії функціонування господарства, збільшення факторів впливу на діяльність і, як наслідок, підвищення інформаційних вимог керівництва, обумовлюють використання в практиці господарювання управлінського обліку та його інструментарію.

Так, з одного боку управлінський облік є елементом бухгалтерського обліку, з іншого – застосування його в практичній діяльності передбачає лише внутрішню інформаційну спрямованість, а також чітке розмежування власних завдань між управлінським і фінансовим обліком, визначення поняття управлінського обліку, його ролі в управлінні підприємством, щодо якої вже довгий час відбуваються дискусії між вченими і практиками.

На кожному підприємстві інформаційна система управлінського обліку має свої особливості, але водночас може включати в себе і подібні елементи: збір інформації, структурування обліку за центрами відповідальності, бюджетування і розробку стандартів, аналіз системи показників, контроль і прийняття управлінських рішень.

Тобто, для підприємств, будь-якої форми власності, має бути чіткий алгоритм поетапного використання обліково-управлінської інформації від її збору, опрацювання, прийняття управлінського рішення до контролю за його виконанням, коригуванням ситуації та одержанням очікуваного результату.

А тому, для отримання інформації необхідна постановка проблеми: визначити кому, в які терміни, в якій формі і якого змісту необхідні дані про окремі сторони діяльності підприємства, забезпечити документування відповідних господарських операцій, збір і обробку даних.

Враховуючи вищевикладене та постійну наявність змін у зовнішньому середовищі підприємства, і їх вплив на його діяльність дає змогу дійти висновку, що прийняття управлінських рішень на основі обліково-економічної інформації є безперервним процесом боротьби підприємства за одержання стабільного доходу.

УДК 657.62

Олена Мельник, аспірант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню теоретичних та практичних питань аналітичного забезпечення управління використанням фінансових ресурсів підприємств. Запропоновані комплексні показники оцінки даного процесу.

Ключові слова: *фінансові ресурси, фінансове забезпечення, аналітична оцінка, показники фінансового стану.*

Olena Melnuk

ESTIMATION OF EFFICIENCY OF THE USE OF FINANCIAL RESOURCES ON ENTERPRISES

Abstract. The article is devoted to research of theoretical and practical questions of the analytical providing of management the use of financial resources of enterprises. The complex indexes of estimation of this process are offered.

Keywords: *financial resources, financial providing, analytical estimation, indexes of the financial state.*

Фінансову основу підприємства складають його фінансові ресурси – засоби, які знаходяться у розпорядженні підприємства та призначені для виконання ним певних фінансових зобов'язань. До фінансових ресурсів належать грошові фонди підприємства, а також частина грошових коштів, які не входять до складу фондів, тобто мають не фондову основу.

В процесі господарської діяльності перед підприємствами постійно виникає проблема вибору напрямів використання фінансових ресурсів. Більше того, оцінити ефективність діяльності, означає – оцінити наскільки ефективно підприємство використовує свої фінансові ресурси.

Ефективне використання фінансових ресурсів – це порівняння кількості і якості витрачених ресурсів з кількісним і якісним вираженням досягнутих результатів. Тому, поняття ефективного використання фінансових ресурсів, як і будь-яких інших видів ресурсів (матеріальних, трудових, природних) включає порівняння кількості та якості витрачених ресурсів з кількісним і якісним вираженням досягнутих результатів.

Основними напрямами використання фінансових ресурсів можуть бути: фінансування поточних витрат, інвестиції в основні засоби, інвестиції в нематеріальні активи, інвестиції в оборотний капітал, формування портфеля фондових інвестицій, формування резервного капіталу, фінансування невиробничої сфери. Проте, незалежно від вибраного напряму використання фінансових ресурсів підприємства в процесі діяльності, він може виявитися ефективним, або неефективним.

Методичне забезпечення використання фінансових ресурсів, на наш погляд, реалізується за допомогою вирішення таких завдань:

- визначення напрямів використання фінансових ресурсів підприємства;
- формування системи показників оцінки ефективності їх використання.

Питанням ефективності використання фінансових ресурсів присвячено значна кількість праць вчених економістів. Але найбільш використовуваними є традиційні показники оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства. Не дивлячись на те, що дана система є загальновизнаною, вона має ряд недоліків. Зокрема, розрахунок показників виконується за даними форм бухгалтерського обліку: форми № 1 (бухгалтерський баланс), форми № 2 (звіт про прибутки і збитки), і форми № 5 (примітки). Проте річна, а також проміжна бухгалтерська звітність, методика заповнення якої регламентована, має наступні недоліки: до моменту публікації інформація, що міститься в звітності, відображає ретроспективні дані; будучи викладом минулих подій, не містить прогнозні дані; не забезпечується просторова порівнянність (потрібні додаткові дані для порівняння, огляд аналогічних показників з середньогалузевими значеннями); відсутня можливість аналізу витрат за видами продукції; підсумок балансу не відображає суми коштів, яку реально має в своєму розпорядженні підприємство. Причини такої ситуації наступні: невідповідність балансової оцінки засобів реальним умовам господарювання внаслідок інфляції; наявність позабалансових активів; дія чинників науково-технічного прогресу.

Окрім недоліків, властивих бухгалтерській звітності на додаток можна виділити ще ряд недоліків, властивих власне традиційній системі оцінки фінансового стану: значна концентрація на внутрішніх аспектах; велика залежність від минулого і звуження можливостей для розробки обґрунтованих прогнозів; відображення бізнес-функцій і структур, а не процесів; орієнтація на вхідні, а не вихідні складові; узагальнені дані в основі інформації.

Тому, з метою усунення вище перелічених недоліків, вченими здійснюються спроби розробити таку систему показників оцінки фінансового стану, яка здатна відображати, перш за все, процеси, а не бізнес-функції і структури. Такі додаткові показники мають забезпечити просторову порівнянність отриманих результатів діяльності. Ними можуть бути: зростання обсягу реалізації в сегменті ринку; відсоток доходу від реалізації нового продукту; собівартість одиниці продукції; рентабельність окремого продукту; співвідношення доходи/персонал; власні витрати порівняно з витратами конкурентів; збільшення рівня продажів в результаті досліджень (зовнішніх умов і внутрішнього стану); інвестиції (рентабельність інвестицій); ринкова вартість акцій; коефіцієнт ліквідності оборотного капіталу за основними категоріями активів; вартість активів на одного працівника; додана вартість на одного працівника; коефіцієнт маржинального доходу; чистий грошовий потік.

Переваги при використанні додаткових показників очевидні, вони дозволяють оцінити процеси (економічні, фінансові) підприємства, що відбуваються всередині, порівняти його стан відносно інших підприємств (відносно зовнішнього середовища функціонування).

Проте, ми вважаємо не вірним рішенням відмовитись від традиційної системи оцінки фінансово-господарської діяльності. Необхідно розробити систему

характеристик, яка б базувалась на сукупності найбільш важливих традиційних і додаткових показників.

Таким чином, розмір і структура фінансових ресурсів багато в чому залежать від обсягу виробництва і його ефективності. Постійне зростання виробництва й підвищення його ефективності є основою збільшення фінансових ресурсів як на загальнодержавному рівні, так і на рівні підприємств.

УДК 657

Ольга Павликівська, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація. Досліджені основоположні концепції бухгалтерського обліку та їх вплив на сучасний обліковий механізм. Розглянуті положення теорії та практики статичного й динамічного напрямів обліку.

Ключові слова: *бухгалтерський облік, концепції теорії, статична та динамічна теорія.*

Olga Pavlikivska

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT THEORY OF ACCOUNTING ARE IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

Abstract. Fundamental conceptions of record-keeping and their influence are investigational on a modern registration mechanism. Considered positions of theory and practices of static and dynamic directions of account.

Keywords: *record-keeping, conceptions of theory, static and dynamic theory.*

Глобалізація бухгалтерського обліку в світову систему, яка базується на побудові єдиного інформаційного простору, вимагає використання загальновизнаних принципів формування фінансової звітності, тому розвиток вітчизняної системи обліку має спрямовуватись на інтеграцію в цю систему, що потребує діалектико-методологічного переосмислення основних облікових концепцій.

Основним моментом в цій площині є ідея про ідентифікацію бухгалтерського обліку як науки, і як практики.

Дослідження та вирішення актуальних питань, пов'язаних з теоретичним обґрунтуванням методологічного забезпечення обліку, здійснювали та здійснюють такі вчені: А.С. Бакаєв, П.С. Безруких, З.В. Гуцайлюк, В.Б. Івашкевич, М.І. Кутер, М.Р. Метьюс, Б. Нідлз, В.Ф. Палій, В.В. Панков, М.С Пушкар, Дж. Ріс, Ж. Рішар, Я.В. Соколов, В.В. Сопко, Е.С. Хендріксен та інші.

Разом з цим, проблеми дослідження основоположних концепцій бухгалтерського обліку, їх вплив на сучасний обліковий механізм викликають інтерес у значної частини фахівців з бухгалтерського обліку. Зокрема, сюди без сумніву можна віднести положення теорії і практики статичного й динамічного напрямів обліку, які є до кінця не вивченими. Це й пояснює необхідність проведення подальших досліджень з даної проблематики та її актуальність.

Основним натхненником статичної теорії обліку був французький вчений Ж. Саварі, проте дослідженню безпосередньо термінів «статичний та динамічний облік»

ми зобов’язані Е. Шмаленбаху, який з метою протиставлення свого вчення (динамічної теорії) традиційним поглядам вивів ці поняття.

В чому ж полягає зміст та відмінності цих теорій? На наше переконання, відмінності слід шукати, визначаючи мету при складанні бухгалтерського балансу.

Мета статичної теорії – це відображення платоспроможності підприємства, його можливості погасити свої борги. При цьому, основні користувачі звітності – кредитори підприємства. Відповідно, мета динамічної балансової теорії – відображення в звітності ефективності діяльності фірми, тобто обчислення фінансових результатів цієї діяльності. Тут основними користувачами бухгалтерської інформації є власники підприємства.

У основі статичного бухгалтерського обліку лежать моментальні (на конкретний момент часу) показники дискретної інвентаризації майна та зобов’язань. Вартісна оцінка майна ґрунтується на суб'єктивній ціні можливого продажу при фіктивній ліквідації, орієнтованій на бухгалтерський консерватизм (обережність в оцінці): бухгалтер змушений швидше занизити вартість активів, а ніж її завищити.

За використання динамічної теорії бухгалтер може бачити в будь-який момент часу, як грошовий капітал (Г) перетворюється в засоби праці та предмети праці (Т), потім під дією процесу виробництва (В) – в товар ($Т^1$), тобто в готову продукцію, і в кінці (після реалізації) в гроші чи дебіторську заборгованість ($Г^1$). Отже, життєвий цикл продукції розподіляється за трьома етапами: 1 – придбання засобів виробництва; 2 – витрати на виготовлення продукції; 3 – реалізація готової продукції.

Перехід від практики статичного бухгалтерського обліку до реальної практики динамічного обліку, вимагав в першу чергу, подвійного відображення в балансі капіталу власника: з одного боку, у вигляді інвестованої купівельної здатності (первинного джерела господарської діяльності), з іншої – конкретних майнових об'єктів, як правило, грошових.

Таким чином, не вимагають додаткового розкриття інтереси та мета концепцій. Якщо статика відображає інтереси кредиторів, то динаміка – інтереси власників. За справедливим твердженням Ж.П. Саварі, інтереси визначають мету. Для статичної концепції метою ведення бухгалтерського обліку є запобігання банкрутству, тобто визначення достатності майна для покриття боргових зобов'язань. Прибічники динамічного підходу бачать мету обліку у визначенні ефективності вкладень капіталу або у виявленні фінансового результату.

В свою чергу, мета обліку формує принципи його ведення. У статичному обліку основним принципом вважається принцип обережності або бухгалтерського консерватизму. В сучасному нормативному регулюванні бухгалтерського обліку даний принцип називається принципом обачності.

У динамічному обліку основним принципом є принцип нарахувань (відповідності доходів і витрат в одному звітному періоді), Він передбачає, що витрати мають бути відображені в тому звітному періоді, в якому виникли доходи, що стали можливими завдяки цим витратам. Інколи досить складно визначити відповідність між цими категоріями. Процес співвідношення доходів і витрат відбувається за допомогою методу нарахувань. В цілому діє правило: якщо витрати забезпечать майбутні вигоди, їх визнають активами, якщо витрати забезпечили поточні доходи, їх списують на витрати і якщо витрати не призводять до вигод, їх відносять на збитки.

Методологія обліку, побудована на динамічній теорії, формує найбільш об'єктивну оцінку фінансового результату діяльності підприємства, проте суперечить оцінці платоспроможності підприємства, оскільки ціна придбання (собівартість) майна може абсолютно не відповідати можливій ціні їх продажу (як забезпечення боргів підприємства).

Отже, статична та динамічна концепції, відповідають певній меті формування бухгалтерської звітності. При цьому методика бухгалтерського обліку за тією або іншою концепцією, вирішують абсолютно різні завдання, які є взаємно протилежними. Оскільки, вирішення одного завдання виключає вирішення іншого. Такий стан справ характерний для сучасної теорії бухгалтерського обліку, тому потребує подальших наукових та прикладних досліджень.

УДК 621.326

Тетяна Палига, магістр
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ЯК ФАКТОР ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ

Анотація. Розглянуто теоретичне обґрунтування системи управління витратами на підприємстві та розробка заходів з підвищення її ефективності.

Ключові слова: *витрати, управління витратами, система управління витратами, елементи системи управління витратами.*

Tetyana Paluha

CONTROL SYSTEM BY CHARGES AS FACTOR OF DECLINE OF PRIME PRICE

Abstract. It is considered theoretical ground of control system by charges on an enterprise and development of measures on the increase of its efficiencies.

Keywords: *charges, managements charges, control system by charges, elements of control system by charges.*

В умовах ринкової економіки, коли активізувались питання виживання підприємств у конкурентній боротьбі та забезпечення їх платоспроможності, підвищується роль управління діяльністю підприємств в прийнятті оптимальних рішень, в основі яких зосереджена техніко-економічна інформація щодо випуску продукції, витрат на її виробництво і рівня цін по її реалізації. Тобто однією з найважливіших і найскладніших проблем для підприємницьких структур є потреба вибору найкращого варіанту управління витратами в системі стратегічного розвитку підприємства.

Саме вибір найкращого варіанту управління витратами є важливою умовою успішної діяльності підприємств, що дає змогу досягти оптимального рівня витрат виробництва, внаслідок чого зростає конкурентоздатність продукції та стає реальним досягнення довгострокового економічного зростання підприємств.

На наше переконання система управління витратами включає:

- пошук та виявлення чинників, що впливають на економію усіх видів ресурсів;
- нормування витрат ресурсів;
- планування витрат за їхніми видами;
- облік та аналіз витрат;
- економічне симулювання економії ресурсів та зниження витрат.

Слід зазначити, що за кожен елемент цієї системи відповідають певні виконавці, структурні підрозділи підприємства. Вони розробляють комплекс заходів, спрямованих на зниження сукупних витрат на виробництво і реалізацію продукції.

Зниження собівартості продукції у всіх галузях забезпечується, насамперед, за рахунок зростання продуктивності праці, яка має двоякий вплив на собівартість. По-

перше, в результаті підвищення продуктивності праці знижується трудомісткість, а, відповідно, - і витрати на одиницю продукції. По-друге, її зростання приводить до збільшення абсолютного обсягу виробництва, що скорочує умовно-постійні витрати на одиницю продукції.

Таким чином, для ефективного використання виробничих ресурсів і оптимізації витрат доцільно створити комплексну систему управління витратами.

УДК 336.1

Олена Панухник, к.е.н, доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

РОЗБІЖНОСТІ ФІНАНСОВОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Анотація. Розглянуто розбіжності фінансового та податкового обліку щодо визначення фінансових результатів в призмі прийняття положень нового Податкового Кодексу України.

Ключові слова: *бухгалтерський облік, податковий облік, фінансові результати господарської діяльності підприємств, податкова та фінансова звітність.*

Olena Panukhnyk

PRIORITIES OF DEVELOPMENT OF MACHINE-BUILDING INDUSTRY OF UKRAINE

Abstract. Differences of the financial and tax records in the framework of determining financial performance in the prism of the new Tax Code of Ukraine adoption are considered.

Keywords: *accounting, tax accounting, financial business, tax and financial reporting.*

Кінцевим результатом діяльності підприємства є прибуток (збиток). Він є дуже важливим показником, який впливає на розвиток підприємства, виплату дивідендів засновникам. Однак, встановлення фінансового результату у бухгалтерському та податковому обліку різниться за методами. Існує ряд відмінностей в підходах щодо визначення доходів та витрат, які намагається усунути нововведений Податковий Кодекс. Саме тому актуальним постає питання вивчення змін податкового законодавства та їх впливу на існуючі методики узгодження показників податкової та фінансової звітності. Розробці різних методик узгодження показників фінансового обліку з податковими розрахунками були присвячені праці таких вчених як Д. Свідерський, Т. Плахтій, П. Хомин, П. Атамас, В. Прокопенко та інші. Бухгалтерський і податковий облік мають різні цілі. Зокрема, бухгалтерський облік має на меті надання достовірної інформації про фінансовий стан підприємства для потенційного інвестора, в свою чергу податковий облік виконує фіскальні та регуляторні функції. Тому, певні розбіжності між зазначеними системами обліку будуть існувати завжди. Поряд з цим, бухгалтерський облік - це упорядкована система регістрів, із затвердженим планом рахунків, своєю аналітикою, завдяки чому досягається досить високий ступінь об'єктивності фінансових показників. Податковий облік тісно пов'язаний з економічними дисциплінами, в першу чергу з фінансовим обліком.

Взаємозв'язок податкового і фінансового обліку полягає у наступному:

1. Обидва вони базуються на одних і тих же первинних документах.

2. Фіксують одні й ті ж дані і факти господарського життя.

3. Ці види обліку ведуть одні й ті ж спеціалісти – бухгалтери.

4. Основна частина інформації, отриманої як у системі фінансового, так і податкового обліку призначена для зовнішніх користувачів.

Як свідчить практика, результати за даними фінансового і податкового обліку можуть відрізнятися між собою. Найпоширенішими причинами таких відхилень є:

1. Принципово новий підхід до визначення моменту виникнення валових доходів і витрат, який не збігається з моментом отримання доходів і витрат діяльності підприємств.

2. Сума валових витрат не відповідає сумі витрат діяльності.

3. Новий підхід до визначення об'єкту оподаткування. Об'єкт оподаткування у податковому обліку – це величина, яка не збігається з прибутком підприємств, що є об`єктом оподаткування у фінансовому обліку.

4. Відмінність у методиці визначення сум валових доходів і валових витрат, з сумами витрат і доходів діяльності.

5. Якщо у фінансовому обліку існують певні теоретичні категорії, зокрема, методологія обліку, то теоретична база податкового обліку обмежується лише правилами його ведення.

6. Відмінність у призначенні фінансової і податкової звітності. Якщо за даними першої можна охарактеризувати фінансовий стан суб'єкта господарської діяльності, то за даними другої – стан розрахунків з бюджетом за відповідними податками і платежами.

7. У зв'язку зі зміною облікового забезпечення звітності про податки, збори і платежі відповідно змінено й первинні документи і реєстри, в яких фіксують операції з податкового обліку.

З іншого боку, введення у систему господарювання таких нових показників, як валові доходи, валові витрати, складної системи обліку авансів і бартерних операцій, впровадження додаткової громіздкої документації з обліку ПДВ значно збільшило витрати на ведення бухгалтерського обліку на підприємстві. В Україні система оподаткування підприємств характеризується частою зміною об'єкта оподаткування і щоразу відповідно до неї формують систему бухгалтерського обліку.

Найбільший недолік такої трансформації обліку – це те, що результати, виявлені за даними податкового обліку, можуть значно відхилятися від реальних фінансових результатів діяльності підприємства за даними фінансового обліку. Причому, значні відхилення можуть бути як в один, так і в інший бік. Це ускладнює роботу бухгалтера та органів, які перевірятимуть результати його роботи.

Проблема взаємозв'язку обліку та оподаткування – інтернаціональна. Міжнародний досвід свідчить, що взаємозалежність між обліком та оподаткуванням не дає змоги досягти двох цілей одночасно. До того ж вона пов'язана зі значними витратами для підприємств. Дослідження підходів до вирішення цієї проблеми у різних країнах дало змогу поділити їх на дві групи (табл. 1).

Залежність означає, що облік повністю підпорядкований податковим правилам, або визначення прибутку з метою оподаткування ґрунтується на методиці, що застосовують в обліку. Шлях взаємозв'язку обліку та оподаткування, податкової і фінансової звітності в Україні повинен складатися на основі національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку. Вони орієнтовані на реальну оцінку та повне висвітлення, насамперед, економічних наслідків відповідних операцій та подій, а не лише юридичних положень. Цього вимагають іноземні інвестори, адже затратний механізм обліку на підприємствах – одна з причин повільного вкладання іноземних капіталів в розвиток економіки України.

Таблиця 1

Взаємозв'язок між обліком і оподаткуванням у різних країнах світу

Незалежність	**Залежність**
Великобританія	Італія
Данія	Німеччина
Ірландія	Фінляндія
Канада	Франція
Нідерланди	Швеція
Норвегія	Бельгія
Польща	

Найпоширеніші методи використання даних бухгалтерської звітності у податковому обліку – перший: це коли за основу для визначення податкової бази приймається оподатковуваний прибуток, визначений за даними бухгалтерського обліку, який потім коригується. Така система застосовується в США, Казахстані, Молдові. Другий метод – фінансовий прибуток коригується згідно з податковим законодавством і визначається як оподатковуваний прибуток (застосовується в Німеччині, Бельгії, Франції, Нідерландах).

Виходячи із ситуації в обліковій практиці податковий облік повинен забезпечувати:

- формування реальної величини прибутку до оподаткування на основі даних фінансового обліку;
- виявлення відхилень між прибутком до оподаткування та прибутком від діяльності для його подальшого аналізу;
- обґрунтовану методику розрахунку валових доходів і валових витрат .

В Україні система оподаткування підприємств характеризується частою зміною об'єкта оподаткування і щоразу під неї підлаштовують систему бухгалтерського обліку. Найбільший недолік такої трансформації обліку – це те, що результати, виявлені за даними податкового обліку, можуть відхилятися від реальних фінансових результатів діяльності підприємства за даними фінансового обліку. Причому, відхилення можуть бути як в один, так і в інший бік. Це ускладнює роботу бухгалтера та органів, які перевірятимуть результати його роботи.

Враховуючи багатоаспектність розглянутого ряду проблемних питань щодо особливостей інструментарію визначення фінансових результатів господарської діяльності підприємств, щодо бухгалтерського та податкового обліку, податку на прибуток, проблем формування результатів фінансової діяльності, можна зробити висновок про існування потреби конкретизації шляхів їх вирішення та подальшого дослідження даної тематики з врахуванням існуючого зарубіжного досвіду.

Використана література

1. Власюк Г.В. Проблеми та напрями вдосконалення обліку фінансових результатів / Г.В.Власюк // Держава та регіони. – 2010.

2. Панасюк В.М. Податковий облік: навч. посібник / В.М. Панасюк, Є.К. Ковальчук, С.В. Бобрівець. – Тернопіль: Карт-бланш, 2009.

УДК 657.62
Наталія Прогній, магістр
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

РОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО БАЛАНСУ ПРИ ОБГРУНТУВАННІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Анотація. Розглянуто сутність бухгалтерського балансу та його роль в системі управління підприємством.
Ключові слова: *звітність, бухгалтерський баланс, управлінські рішення.*

Natalia Prohniy

ROLE OF BOOK-KEEPING BALANCE AT GROUND OF ADMINISTRATIVE DECISIONS

Abstract. Essence of book-keeping balance and his role is considered in control system by an enterprise.
Keywords: *accounting, book-keeping balance, administrative decisions.*

Перебудова вітчизняної економіки вимагає підтримання високих конкурентних позицій підприємств, що зумовлює впровадженням ринкових механізмів в управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання. За цих обставин значно зростає попит на фінансову інформацію. Роль інформаційного забезпечення в процесах управління спричинює підвищену увагу до бухгалтерської фінансової звітності як основного джерела інформації про майновий та фінансовий стан підприємства, а також результати його виробничо-господарської діяльності за звітний період.

Організації і методиці бухгалтерського обліку та звітності присвячено багато робіт вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема таких: Бутинця Ф.Ф., Ковальова В.В., Савицької Г.В., Сопка В.В., Шеремета А.Д., Варига Ю.А., Лучко М.Р., Лень В.С., Гливенко В.В., Цал-Цалко Ю.С. Однак, процеси реформування бухгалтерського обліку, як і практика використання Положень (стандартів) бухгалтерського обліку, засвідчують наявність багатьох недостатньо вивчених і неузгоджених питань щодо формування та використання бухгалтерської фінансової звітності при обґрунтуванні та прийнятті управлінських рішень.

Основною формою звітності є Баланс. Баланс – це звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов'язання і власний капітал. Форму Балансу підприємства та зміст його статей визначено П(С)БО 2 "Баланс". Бухгалтерський баланс – це найважливіша форма фінансової звітності, яка відображає вартість майна підприємства в цілому за активами і обсяги вкладеного в це майно власного та залученого капіталу за пасивами, та є основним інформаційним джерелом в системі управління підприємства

На сьогоднішній день майже не щодня відбувається ріст кількості користувачів бухгалтерської інформації. Якщо раніше вона призначалась лише для закритого кола користувачів (підприємство, банк), то зараз практично всі контрагенти з якими працює підприємство стають її користувачами.

Важливим етапом в прийнятті управлінських рішень є аналіз та визначення показників, які складають собою цілу систему, яка несе в собі взаємозв'язок і відповідно взаємозалежність. Уміння читати фінансову звітність, зокрема основну її форму – бухгалтерський баланс є запорукою якісної оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства. Дуже важливо чітко розуміти зміст кожної статті у балансі та відслідковувати її вплив на діяльність підприємства, бачити характер змін по тій чи

іншій статті балансу і безумовно аналізувати ці зміни для подальшої оцінки економіки підприємства.

Бухгалтерський баланс дає можливість лише на підставі вивчення його статей одержати доволі значний обсяг інформації про підприємство. Аналіз балансу дозволяє об'єктивно оцінити ефективність господарської діяльності, виявляти невикористанні резерви підприємства, приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Підсумовуючи викладене можна стверджувати, що бухгалтерський баланс характеризує господарські засоби підприємства у двох напрямках – зі їх складом та джерелами формування. Доволі значна деталізація статей балансу дозволяє встановити значну кількість взаємозв'язків на рівні підрозділів підприємства, груп статей балансу та відповідно аналізувати та контролювати їх. Інформаційні можливості балансу є важливим елементом побудови ефективної системи управління суб'єкта господарювання.

УДК 621:326

Ольга Процик, магістр
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНА МЕТА ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. В статті розкрито роль прибутку у функціонуванні та розвитку підприємства, обґрунтовано оптимальний розмір прибутку підприємства, запропоновано шляхи максимізації прибутку в розрізі різних аспектів функціонування та розвитку підприємства.

Ключові слова: *прибуток, підприємство, управління прибутком, формування прибутку, розподіл прибутку, використання прибутку, рентабельність, максимізація прибутку.*

Olha Protsyk

PROFIT OF ENTERPRISES IS MAIN PURPOSE OF ITS ACTIVITY

Abstract. The role of enterprises profit is exposed in functioning and development of enterprise. The ways of profit maximization are offered in the different aspects of enterprises activity.

Keywords: *income, enterprise, profit management, forming of profit, profit-sharing, using of profit, profitability, maximization of income.*

У процесі становлення ринкових відносин в Україні всі ланки фінансової системи опинилися у глибокій кризі. І тому необхідним є аналіз показників прибутковості діяльності підприємства з метою запобігання його банкрутству і для подальшої успішної діяльності з перспективами виходу на міжнародні ринки і тим самим підвищувати авторитет держави.

Розмір отриманого прибутку має вагоме значення в діяльності підприємства. Він впливає на формування фінансових ресурсів підприємства, збільшення його ринкової вартості підприємства, ефективність виробничої діяльності, економічний розвиток держави.

В умовах ринкової економіки прибуток на рівні підприємства виступає як безпосередня мета виробництва, що зумовлено притаманною капіталу тенденцією до самозростання.

Прибуток називають об'єктивною економічною категорією товарно-грошових відносин, важливим фінансовим синтетичним показником діяльності підприємства, а також джерелом фінансових ресурсів підприємства, які відіграють вирішальну роль у фінансовому забезпеченні підприємницької діяльності.

Прибуток - це кінцевий фінансовий результат від здійсненої підприємством підприємницької діяльності.

Роль прибутку можна сформулювати таким чином:

- прибуток виступає головною метою підприємницької діяльності і є основним елементом, який спонукає до ведення господарської діяльності;
- прибуток слугує основним критерієм оцінки ефективності діяльності підприємства;
- прибуток є головним джерелом зростання ринкової вартості підприємства та приросту активів;
- прибуток виступає джерелом подальшого розвитку підприємства;
- прибуток є основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів;
- прибуток є джерелом формування фондів стимулювання;
- прибуток виступає критерієм доцільності при впровадженні нових бізнес-ідей;
- прибуток виконує соціальну функцію, шляхом задоволення соціальних потреб суспільства;
- прибуток є інструментом розподілу чистого доходу суспільства між підприємством та бюджетом;
- прибуток підприємств створює передумови для економічного розвитку суспільства в цілому.

Прибутковість підприємства розглядається не тільки як основна мета, але і як головна умова ділової активності підприємства, як результат його діяльності, ефективного здійснення своїх функцій щодо забезпечення споживачів необхідними товарами відповідно до наявного попиту на них. Залежно від місця підприємства на ринку, наявності ресурсів, тривалості періоду основна мета може бути конкретизована. У довгостроковому періоді це буде досягнення максимального прибутку, у короткостроковому - необхідного прибутку за певних обсягах діяльності, і в усі періоди - забезпечення конкурентоспроможності підприємства. При цьому максимізація прибутку в довгостроковому періоді можлива лише при поетапному досягненні певних необхідних розмірів прибутку.

Обгрунтування оптимального розміру прибутку підприємства передбачає:

- визначення обсягу товарообігу, при якому можливе отримання цільового прибутку;
- розробка цінової політики та стратегії;
- формування асортиментної політики (визначення оптимальної товарно-групової структури, відповідної попиту населення і забезпечення досягнення обраної мети;
- формування ресурсної політики (товарне забезпечення, трудові, матеріальні та фінансові ресурси);
- управління валовими доходами;
- використання можливостей ефективного розміщення грошей;
- управління витратами обігу;
- оцінка відповідності можливостей отримання прибутку з її оптимальною величиною.

Виконання цих пропозицій значно збільшить прибуток на підприємстві. Необхідно, щоб підприємство більше часу приділяло таким напрямкам, як реалізація та збут продукції, оскільки потреби та вимоги споживачів стають дуже індивідуалізованими, а ринки дуже різноманітними за своєю структурою.

Максимальне отримання прибутку частіше за все пов'язується зі зниженням виробничих витрат. Але, в умовах, коли самими витратами підприємство може керувати, ціна на кожен вихідний матеріал (ресурс) практично некерована, в умовах інфляції, підприємство вкрай обмежене у можливості знижувати виробничі витрати, досягаючи таким шляхом збільшення прибутку.

Проведене дослідження шляхів нарощування прибутку підприємств дозволяє зробити ряд висновків. По-перше, будь-яке підприємство, незалежно від форми власності, виду діяльності зацікавлене у отриманні прибутку, який виступає джерелом його подальшого розвитку. По-друге, для підприємства більш важливим є підвищення прибутковості у довгостроковій перспективі, а ніж у короткостроковій, адже це підкреслює стабільність не лише його функціонування, але й розвитку також. По-третє, ріст прибутку дозволяє постійно оновлювати техніко- технологічну базу виробництва, мотивувати персонал підприємства працювати більш ефективно, розширяти сфери впливу та ін.

Важливо, щоб всі заходи, що проводяться підприємством щодо зростання прибутку (при використанні всіх можливостей), сприяли досягненню найважливіших цілей розвитку підприємства.

УДК 368.013

Мирослав-Степан Романюк, магістр
Тетяна Винник, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

АНАЛІЗ СТРАХОВОГО РИНКУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто етапи розвитку та проблеми вітчизняного ринку страхових послуг. Виявлено вплив страхування на економіку України.

Ключові слова: *страховий ринок, «life» страхування, «non-life» страхування.*

Myroslav-Stepan Romaniuk, Tetiana Vynnyk

ANALYSIS OF INSURANCE MARKET AND ITS IMPACT ON THE ECONOMY OF UKRAINE

Abstract. The stages of development and problems of the domestic insurance market. The influence of insurance on the economy of Ukraine.

Key words: *insurance market, «life» insurance, «non-life» insurance.*

Страхування як сектор національної економіки є своєрідним барометром її розвитку, оскільки суттєво впливає на соціально-економічну стабільність суспільства, входить до переліку проблем, безпосередньо пов’язаних із питаннями фінансової безпеки країни. Разом з тим, розвиток страхового ринку залежить від соціально-економічного розвитку держави.

Динаміка розвитку страхового ринку України є традиційно низькою, порівняно з країнами розвиненої ринкової економіки. Так, страхуванням життя в нашій країні охоплено лише 6% населення, страхуванням від нещасних випадків – 7%, захисту будівель приватного сектору – 1%, страхуванням автомобілів – 12%, обов’язковим страхуванням цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів перед третіми особами – лише 69%, в той час в Росії та Білорусії даний показник становить 95%. Більше того, ліміти відповідальності вітчизняних страховиків за відшкодування шкоди потерпілим внаслідок ДТП є найменшими в Східній Європі.

В Україні перші комерційні страхові компанії почали створюватися у 1990 р., коли значно розширилося законодавства щодо розвитку ринкових відносин. Інтенсивному зростанню кількості страхових компаній в період з 1990 по 1996 рр. сприяло: створення дочірніх компаній російськими страховиками в Україні, формування відділеннями Укрдержстраху паралельних комерційних страхових компаній, утворення страхових компаній при галузевих міністерствах та відомствах, створення страхових компаній при великих фінансово-промислових структурах та громадських організаціях, а також з ініціативи зарубіжних інвесторів. Однак велика кількість новостворених страхових організацій, ще не означала створення повноцінного страхового ринку, адже значна частина цих страхових компаній одержувала доходи від діяльності «фінансових пірамід» або інфляційних коливань. У 1997 р. на ринку спостерігалось різке падіння кількості страхових компаній (майже у три рази) і поступове зростання їх кількості з 1998 по 2008 рр.

Світова фінансова криза, активна фаза якої спостерігалась у листопаді 2008 р,. завдала серйозного удару страховому ринку. Швидке знецінення активів страховиків, їх перетворення активів на „токсичні" обумовило проблеми платоспроможності страховиків. Лише банкрутство американської страхової групи AIG завдало світовому страховому ринку до 90 млрд. дол. збитків. Попри те, позитивна динаміка на українському страховому ринку наприкінці 2008 року збереглась – страхові премії за видами страхування життя за III квартал 2008 року зросли на 72 %, а відповідні страхові виплати – на 39 %.

Динаміка основних показників розвитку страхового ринку до початку 2009 р. в цілому свідчить про зростання обсягів вітчизняного страхового ринку, однак фінансово-економічна криза призвела до зменшення доходів існуючих і потенційних споживачів страхових послуг, як наслідок відбулося скорочення попиту на страхування та обсягу залучених страховими компаніями премій. За результатами діяльності страхового ринку у 2009 р. відбулося зниження надходжень страхових премій на 16 %, знизились також чисті страхові виплати на 10% та на 11 % рівень перестрахування.

Станом на кінець 2010 р. кількість діючих страхових компаній зросла і становила 456, у тому числі СК «life» (страхування життя) – 67 компанії, на які припадає основна частка валових премій – 3,9%, СК «non-life» (страхування, відмінне від страхування життя, так зване, ризикове страхування) – 389 компаній, які акумулюють 96,1% премій, що свідчить про значний рівень конкуренції на ринку ризикових видів страхування і помірну монополізацію на ринку страхування життя. При цьому першість за страховими платежами належить компаніям, що надають послуги з ризикового страхування (таблиця1).

Таблиця 1

Кількість страхових компаній в Україні у 2009-2010 рр.

Кількість страхових компаній	**На кінець року**	
	2009	**2010**
Загальна кількість	450	456
life страхування	72	67
non-life страхування	378	389

Український страховий ринок приваблює іноземні страхові компанії своїм високим потенціалом розвитку. Страхові ринки в США, країнах Європи зростають на 1-2 % щороку, тоді як в Україні загальний обсяг зібраних страхових премій, за даними Ліги страхових організацій (ЛСОУ), становить 26,6 %. Сегмент страхування життя взагалі зростає на 50-60 % щороку. Про високий потенціал зростання свідчить і частка страхування у ВВП – 2,5 % в Україні та 15 % у західних країнах. Інша причина

експансії закордонних компаній на український ринок – висока дохідність страхової справи в Україні. Вітчизняні страховики хоча й скаржаться на низький рівень прибутковості бізнесу, однак цифри свідчать про протилежне – темп приросту чистих страхових премій у 2010 р. становив 5,3%, в той час як чисті страхові виплати зменшились на 2,8%.

Обсяг іноземних інвестицій на страховому ринку, згідно офіційної статистики, свідчить, що в Україні на початок 2010 року було вкладено більше 200 млн. дол. США в 66 страхових компаній зі статутним капіталом 1093,5 млн. грн. (в 2009 році в 58 компаній зі статутним капіталом 897,6 млн. грн.).

Отже, аналіз сучасного стану, тенденцій і перспектив розвитку вітчизняного страхового ринку свідчить про певні здобутки та численні проблеми. Страховий ринок України, на нашу думку, потребує активізації державної політики щодо ефективного розвитку страхування у поєднанні з загальнонаціональними економічними пріоритетами.

УДК 336.6

Руслана Рущак, магістр
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ У ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Присвячено теоретичним та практичним питанням управління витратами підприємства. Розглянуто значення витрат підприємства в ринкових умовах, визначено базові завдання, виконання яких забезпечить прибутковість та конкурентоспроможність підприємства.

Ключові слова: *витрати, управління витратами, стабільність фінансового стану, конкурентоспроможність продукції.*

Ruslana Ruchak

PROBLEMS OF MANAGEMENT CHARGES IN FINANCIALLY ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISE

Abstract. It was sanctified to the theoretical and practical questions of management of enterprise charges. The value of charges of enterprise is considered in market conditions, the basic tasks implementation of that will provide profitability and competitiveness of enterprise are defined.

Keywords: *charges, management charges, the stability of the financial condition, competitive products.*

В системі управління економічною діяльністю підприємства найбільш складним та важливим елементом являється управління витратами. Це обумовлено тим, що управління витратами – це динамічний процес, який полягає у досягненні високого економічного результату діяльності підприємства. Воно не зводиться лише до зниження затрат, а поширюється на всі елементи управління. Сьогодні існує багато чинників, які перешкоджають ефективним процесам господарювання, а також гальмують реформування економіки. В першу чергу це стосується проблем недостатньо ефективного використання ресурсів промисловими підприємствами.

Оскільки, в умовах ринкової економіки головною метою підприємства є досягнення максимального прибутку, важко переоцінити роль аналізу витрат та

управління ними. Сучасні умови господарювання та зростання ролі нових технологій у світі висувають нові вимоги до системи управління витратами. Тому однією з найважливіших і найскладніших проблем для підприємницьких структур є потреба вибору найкращого варіанту управління витратами в системі стратегічного розвитку підприємства.

Саме вибір найкращого варіанту управління витратами є важливою умовою успішної діяльності підприємств, що дає змогу досягти оптимального рівня витрат виробництва, внаслідок чого зростає конкурентоздатність продукції та стає реальним досягнення довгострокового економічного зростання підприємств. В ринкових умовах підприємству необхідно створити єдину, чітко і безперестанно функціонуючу систему управління витратами з взаємопов'язаними компонентами.

Отже, управління витратами – це система цілеспрямованого впливу на склад, структуру і поведінку витрат та їх чинники на всіх етапах формування і розподілу витрат, що ґрунтуються на використанні об'єктивних економічних законів і функцій менеджменту, задля підвищення ефективності діяльності підприємства на основі оптимізації рівня витрат, забезпечення його конкурентоспроможності на ринку та досягнення стратегічної мети і поточних завдань його розвитку.

УДК 336.146

Ірина Сівчук, здобувач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПРОЗОРІСТЬ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Анотація. Стаття присвячена прозорості бюджетного процесу органів місцевого самоврядування. В ній розглянуто бюджетні повноваження органів місцевого самоврядування, основні завдання бюджетної політики, бюджетний процес.

Ключові слова: *бюджет, органи місцевого самоврядування, бюджетна політика, прозорість бюджетного процесу.*

Iryna Sivchuk

TRANSPARENCES BUDGET OF PROCESS LOCAL GOVERNMENT

Abstract. The theses is dedicates to the transparences budget of process local government, end envisages authority local government, the main tasks of fiscal policy, the budget process.

Keywords: *the budget, the local government, fiscal policy, transparency budget of the process.*

Сучасний стан демократичних засад розвитку в Україні потребує прозорості бюджетного процесу на місцевому рівні. Органи місцевого самоврядування – це специфічна форма народовладдя. Основним завданням бюджетної політики органів місцевого самоврядування – забезпечення прозорості бюджетного процесу. В законі України «Про місцеве самоврядування» визначено, що бюджет місцевого самоврядування - це план утворення і використання фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення функцій та повноважень місцевого самоврядування. Бюджетні повноваження органів місцевого самоврядування полягають у встановленні порядку проходження місцевих бюджетів – це складання і розгляд проектів місцевих бюджетів,

їх затвердження рішеннями про місцеві бюджети, їх виконання, здійснення контролю за їх виконанням і затвердження звітів про виконання місцевих бюджетів. До місцевих належать обласні, районні, міські, селищні та сільські бюджети. Це фонди фінансових ресурсів, що зосереджені в розпорядженні місцевих рад народних депутатів та органів місцевого й регіонального самоврядування.

Суспільство повинно брати активну участь у бюджетному процесі. Це зміцнить позиції громадян, зменшить корупцію, підвищить прозорість виконання. Проте існує ряд причин, що перешкоджають співпраці між громадськими організаціями та державою:

- ✓ недосконаліть правових механізмів, що забезпечують громадський контроль за владою;
- ✓ низька поінформованість суспільства про основні рішення влади;
- ✓ небажання деяких органів місцевої влади співпрацювати з громадськістю.

Складовими прозорості бюджету в процесі удосконалення та виконання місцевих бюджетів повинно бути: доступність громадянам інформаційно-статистичної інформації про показники місцевих бюджетів, активна участь суспільства у формуванні бюджетного процесу, децентралізація бюджетних рішень.

Згідно з міжнародними стандартами країни, що у бюджетній практиці використовують принцип прозорості видають наступні документи: бюджетну резолюцію, проект бюджету, щомісячні та щоквартальні звіти по бюджету, піврічний перегляд бюджету, річний звіт виконання бюджету, аудиторський висновок. В Україні оприлюдненню підлягають лише проекти державного бюджету (офіційні урядові видання), бюджетні резолюції (парламентські видання).

УДК 334.7

Сергій Співак, асистент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУДІВНИЦТВА

Анотація. Робота присвячена дослідженню механізмів у процесі будівництва житла та удосконаленню організаційної моделі шляхом поєднання фондів фінансування будівництва та фондів операцій з нерухомістю.

Ключові слова: *фонд фінансування будівництва (ФФБ), фонд операцій з нерухомістю (ФОН), договір генпідряду.*

Sergiy Spivak

IMPROVEMENT OF MODEL CONSTRUCTION

Abstract. The work is devoted to investigation of mechanisms in the process of housing construction and improvement of organizational models by combining construction funds and real estate funds.

Keywords: *fund of construction financing (FCF), a fund of real estate (FRE), general contractor contract.*

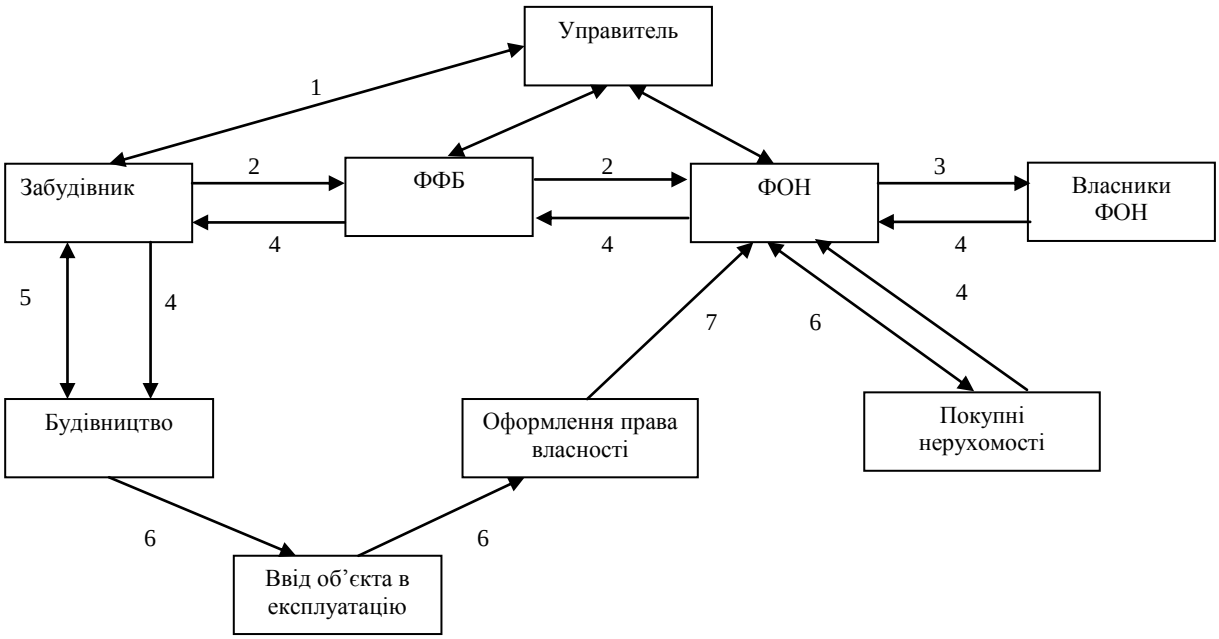
З метою запобігання краху будівельної галузі і створення умов для виходу інвестиційно-будівельного ринку з кризи, було прийнято пакет законів. Зокрема, Верховною Радою України були ухвалені Закони України «Про запобігання впливу світової фінансової кризи на розвиток будівельної галузі і житлового будівництва», «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України відносно відповідальності за

правопорушення на ринку цінних паперів», «Про внесення змін до Закону України «Про інститути спільного інвестування (пайові і корпоративні інвестиційні фонди)», «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (відносно удосконалення фінансових механізмів здійснення інвестицій у будівництво житла)».

Ухвалення вищезгаданих законів з одного боку викликало необхідність корекції існуючих схем фінансування будівництва з урахуванням законодавчих змін, з іншої - надало можливість розробки і впровадження нових інвестиційних схем.

Серед нововведень, що з'явилися в Законі України «Про фінансово-кредитні механізми і управління майном при будівництві житла і операціях з нерухомістю» в результаті прийняття пакету антикризових законів, на особливу увагу заслуговує поява серед можливих довірителів ФФБ спільного інвестора ФОН (фонд операцій з нерухомістю), участь якого у фінансово-кредитних механізмах при будівництві житла здійснюється через систему ФОН-ФФБ. Основна суть такого нововведення полягає в можливості комбінування фонду фінансування будівництва і фонду операцій з нерухомістю при залученні інвестицій у будівництво житла.

Схематично організація будівництва через систему ФОН-ФФБ може бути відображена таким чином (рис. 1).



1 – Договір;
2 – Права-вимоги;
3 – Сертифікати;
4 – Грошові потоки;
5 – Договір генпідряду;
6 – Нерухомість;
7 – Передача нерухомості на баланс управителя.

Рисунок 1 - Схема фінансування будівництва через систему ФОН-ФФБ

Проаналізувавши етапи організації фінансування будівництва з використанням схеми ФОН-ФФБ, слід зупинитися на сильних і слабких сторонах цього фінансового інструменту.

Так, інвесторові, що вкладає свої гроші в придбання сертифікатів ФОН, які розміщує через систему ФОН-ФФБ, слід пам'ятати про те, що:

- в умовах кризи існує ризик незавершення будівництва і неотримання доходу по сертифікатах ФОН;

- для ФОН, що входять в систему ФОН-ФФБ, законодавством не передбачено обов'язки достроково викупляти свої сертифікати. Тому вийти з фонду інвестор може тільки за умови, якщо він сам зможе знайти покупців на сертифікати, що йому належать.

Позитивними моментами для забудовника, що фінансується через систему ФОН-ФФБ, є те, що:

- ФОН може бути створений до затвердження проектної документації, за наявності у забудовника документів на землю з відповідним цільовим призначенням;

- у випадку якщо засобів ФОН не достатньо для спорудження об'єкту будівництва, а в умовах кризи така ситуація широко поширена, забудовник має право залучити засоби з інших джерел;

- з метою нейтралізації ризиків забудовників, що взяли участь у фінансуванні будівництва з використанням фінансово-кредитних механізмів, по вимиванню притягнених засобів, заборонений достроковий вихід фізичних і юридичних осіб з проектів будівництва житла, якщо інвесторами здійснена 100% інвестиція;

Для управителя схема ФОН-ФФБ дозволяє:

- уникнути відтоку засобів, залучених в систему ФОН-ФФБ при розміщенні сертифікатів, завдяки тому, що ФОН створюється на термін, встановлений проспектом емісії, і до його завершення емітент сертифікатів цього ФОН не бере на себе зобов'язань відносно викупу цих сертифікатів;

- уникнути відтоку засобів з оперативного резерву оскільки довірителем ФФБ є спільний інвестор ФОН, контрольований управителем.

Підводячи підсумки дослідження можливостей застосування моделі фінансування будівництва з використанням схеми ФОН-ФФБ, слід зазначити що разом з позитивними моментами цьому інструменту властиві і певні недоліки.

УДК 339.13

Наталія Тимошик, к.е.н., ст. викладач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

МЕХАНІЗМ ЗМЕНШЕННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ

Анотація. Розглянуто можливі фінансові втрати на підприємстві і запропоновано систему заходів, спрямованих на подолання негативних наслідків від фінансових ризиків

Ключові слова: *фінансові ризики, втрати, майнові інтереси, страхова компанія.*

Nataliya Tymoshyk

MECHANISM OF FINANCIAL RISK REDUCTION

Abstract. Possible financial expenses at the enterprise are determined and system of measures, aimed at overcoming the negative effects of financial risks, is proposed.

Keywords: *financial risks, expenses, property interests, insurance company.*

Будь-яка господарська діяльність супроводжується небезпекою втрат, що випливають зі специфіки тих чи інших господарських операцій. Мета кожної підприємницької діяльності – отримання максимального доходу при мінімальних витратах капіталу в умовах конкуренції. Здійснення цієї мети потребує захисту господарської діяльності від фінансових втрат.

Страхування фінансових ризиків в сучасних умовах посідає важливе місце, оскільки з’являються нові види підприємницької діяльності, а це в свою чергу збільшує

ймовірність настання такого роду ризиків. Прийняття ризику на себе - пошук підприємством джерел необхідних ресурсів для покриття можливих втрат. У цьому випадку втрати покриваються з будь-яких ресурсів, що залишилися після настання фінансового ризику.

В зв'язку з цим пропонується система заходів зі зниження виникнення фінансових ризиків: уникнення ризику, мінімізація фінансових ризиків, диверсифікація фінансових ризиків, лімітування фінансових ризиків, утримання ризику, хеджування.

Уникнення ризику полягає у розробці внутрішніх заходів, які повністю виключають конкретний вид фінансового ризику. Утримання ризику передбачає внутрішнє страхуванням. Мінімізація ризиків здійснюється шляхом диверсифікації, лімітування та хеджування. Лімітування фінансових ризиків здійснюється за допомогою встановлення відповідних фінансових нормативів (лімітів) за окремими напрямами фінансової діяльності підприємства з метою фіксації можливих фінансових втрат на допустимому рівні. Перелік нормативів (лімітів) залежить від виду лімітованого ризику. При хеджуванні фінансових ризиків відбувається зменшення ймовірності їх виникнення за допомогою деривативів або похідних цінних паперів (ф'ючерсів, опціонів, свопів). Безпосередньо механізм хеджування полягає в проведенні протилежних фінансових операцій з ф'ючерсними контрактами та опціонами на товарній і фондовій біржах.

Диверсифікація ризику сприяє зниженню окремих видів фінансових ризиків і зменшенню рівня їхньої концентрації. Такий метод ризик-менеджменту використовується лише для уникнення негативних наслідків несистематичних ризиків, які залежать від самого підприємства.

Таким чином, без механізму нейтралізації фінансових ризиків неможливо ефективно забезпечити безперервність та ефективність процесу виробництва матеріальних благ та підтримувати належний рівень господарювання.

УДК 336

Ірина Химич, к.е.н., асистент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто суть поняття фінансової стабільності підприємства. Запропоновано основні етапи планування фінансової стабільності підприємства із врахування факторів зовнішнього та внутрішньо середовища.

Ключові слова: фінансова стабільність, загальна стійкість підприємства, конкурентоспроможність, фактори зовнішнього та внутрішньо середовища.

Iryna Khymych

FINANCIAL STABILITY OF COMPANY

Abstract. The essence of the concept of financial stability of the enterprise. The basic stages of planning the financial stability of enterprises with consideration factors and internal environment.

Keywords: *financial stability, the overall stability of the enterprise, competitiveness, factors external and internal environment.*

У системі складових елементів фінансової стабільності підприємства фінансова стійкість займає одне із головних місць. А, це значить, що необхідним є пошук шляхів досягнення певного ступеня фінансової стійкості підприємства. Для забезпечення фінансової стабільності функціонування підприємства у перспективі необхідно

визначати конкретний рівень фінансової стійкості та здійснювати її кількісну оцінку. Велике значення мають визначення “певного ступеня” фінансової стійкості, низки чинників, що обумовлюють межу стійкості, обґрунтованості методичних підходів до її оцінки, особливо в умовах економіки кризового періоду. Підприємство має визначити межу своєї фінансової стійкості. Недостатня фінансова стійкість підприємства може призвести до його неплатоспроможності, а надлишкова – сприятиме створенню “зайвих” запасів та резервів, у зв’язку з чим зростуть витрати на їх утримання, спостерігатиметься недоотримання прибутку та гальмування темпів економічного розвитку підприємства.

Визначення стандартизованої межі фінансової стійкості є складним процесом. Загальна стійкість підприємства може бути забезпечена лише за умови стабільної реалізації (своєчасної оплати за поставлену продукцію, надані послуги, виконані роботи) й одержання виручки від реалізації продукції, достатньої за обсягом, щоб виконати свої зобов’язання перед бюджетом, розрахуватися з постачальниками, кредиторами, працівниками тощо. Отже, загальна стійкість підприємства передбачає насамперед такий рух його грошових потоків, який забезпечує постійне перевищення доходів над витратами.

Саме ця рівновага є змістом фінансової стійкості, яка є головним компонентом (умовою) загальної стійкості підприємства. Фінансова стійкість відображає такий стан його фінансових ресурсів і такий ступінь їхнього використання, при якому підприємство має можливість вільно маневрувати грошовими коштами, здатне забезпечити безперервний процес виробництва та реалізації продукції, а також покриття витрат на його розширення та оновлення.

При розробці послідовності планування фінансової стійкості підприємства необхідно враховувати фактори зовнішнього та внутрішнього середовища в їх тісному взаємозв’язку, розподіл залучених підприємством фінансових ресурсів, обсягів фінансових вкладень за конкретними напрямками діяльності підприємства, структурними підрозділами та проектами, що реалізуються підприємством. Схема запропонованої послідовності планування фінансової стійкості підприємства наведена на рисунку 1.

Економічною практикою ряду підприємств доведено, що мати тільки передову виробничу технологію, найдешевшу робочу силу або успішно діючу службу реалізації продукції на сучасному етапі для компанії вже недостатньо.

Зовнішнє середовище організації часто змінюється. Сьогодні підприємства для функціонування на ринку та збереження конкурентоспроможності повинні постійно планувати свою господарську діяльність.

Таким чином, використання даної послідовності планування фінансової стійкості підприємства повинно забезпечити стійкий розвиток підприємства, фінансування різних видів діяльності підприємства із зовнішніх та внутрішніх джерел, а також раціональне використання фінансових ресурсів.

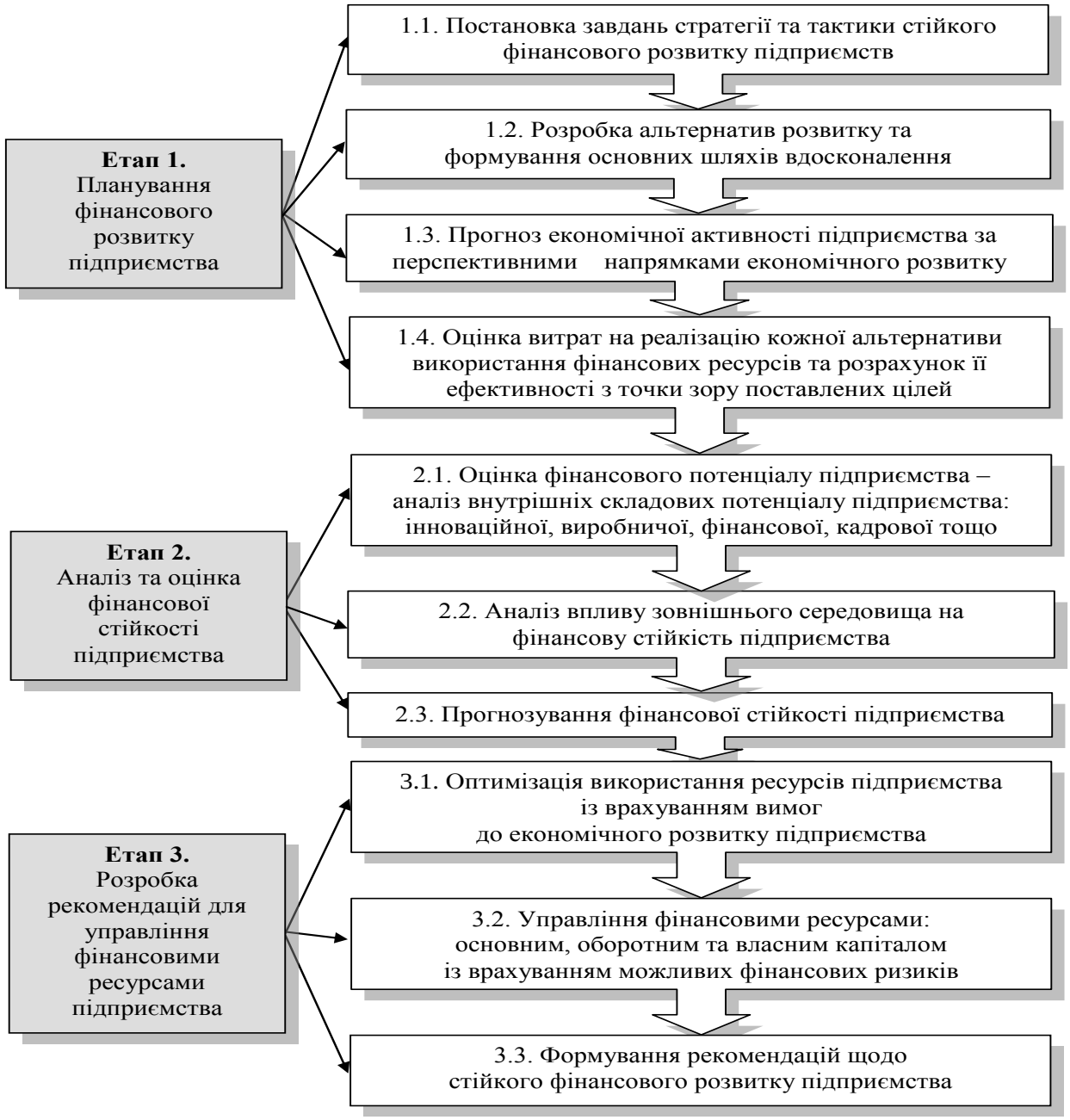


Рисунок 1. Послідовність основних етапів планування фінансової стійкості підприємства

УДК 336.76
Влад Чемера, студент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

Анотація. Висвітлено роль управлінського обліку та необхідність його впровадження на промислових підприємствах, а також розглянуто шлях до вдосконалення управлінського обліку шляхом комп'ютеризації системи управлінського обліку.

Ключові слова: *управлінський облік, фінансовий облік, ринкова інфраструктура, система управлінського обліку, управлінських рішень, комп'ютерна система управлінського обліку (КСУО).*

Vlad Chemera

MANAGEMENT ACCOUNTING AT THE ENTERPRISES AND WAYS OF IT'S IMPROVEMENT

Abstract. The role of management accounting and the need for its implementation in enterprises, as well as the ways to improve management accounting by computerization of management accounting system.

Keywords: *management accounting, financial accounting, market infrastructure, system management accounting, management decisions, computer system management accounting (CSMA).*

В сучасних умовах процес управління підприємством значно ускладнився у зв'язку з наданням підприємству повної господарської та фінансової самостійності.

Розглядаючи роль управлінського обліку, потрібно відмітити, що історично він мав часто другорядне значення після фінансового обліку. Однак розширення підприємств, зміни в технології, державне регулювання, а також підвищення освітнього рівня менеджерів за останні десятиріччя прискорили розвиток управлінського обліку і призвели до широкого визнання його як спеціальної області дослідження.

Саме тому впровадження управлінського обліку на підприємствах є необхідною передумовою їх успішної роботи, створення оптимальної ринкової інфраструктури, виживання підприємств в умовах вільної конкуренції та зростання їх економічного потенціалу.

Система управлінського обліку повинна відповідати принципам повноти і аналітичності інформації. Показники, які містяться в звітах, повинні бути представлені в зручному для аналізу вигляді, не вимагати додаткової аналітичної обробки, не потребувати аналітичних процедур. Порушення цього принципу призводить до подорожчання системи і втрати оперативності управління.

Економічна ситуація на підприємствах України вимагає від суб'єктів господарської діяльності своєчасного прийняття ефективних управлінських рішень. Зробити це неможливо без достовірної, належним чином обробленої та підготовленої для управління інформації про фінансово-господарську діяльність підприємства. Інструментом для одержання такої інформації виступає система управлінського обліку.

Саме облік надає керівництву підприємства оперативну, достовірну та об'єктивну інформацію. Ефективне досягнення цієї мети можливе при комп'ютеризації управлінського обліку на підприємстві.

Комп'ютерна система управлінського обліку (КСУО) забезпечує вирішення багатьох завдань через реєстрацію господарських фактів та обробки даних. КСУО на

сьогодні дає можливість накопичувати, аналізувати, інтерпретувати та надавати інформацію користувачам управлінського обліку.

Однак, існує проблема, пов'язана з вибором програмного забезпечення, яке б найбільш повно розкривало інформацію, сформовану за даними управлінського обліку.

При комп'ютеризації обліку постають запитання: що автоматизувати, навіщо, як і в якому обсязі. Впроваджуючи ту чи іншу автоматизовану систему обліку підприємство впроваджує не просто програмний продукт, але й, часто несподівано для себе, нові методики управління підприємством.

Вважається, що впровадження КСУО на підприємстві призведе до поступової відмови від аналітичного обліку та його заміни обліком більш елементарних первинних об'єктів. На нашу думку, будь-яка ознака групування в рамках одного синтетичного рахунку стає основною системою аналітичних рахунків, і таких систем може бути безліч залежно від потреб управління.

УДК 330.341.1

Надія Шостаківська, ст. викладач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ФОНДУ У ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Анотація. Розкрито та обґрунтовано фінансування інноваційних проектів та роль інноваційного фонду у даному процесі.

Ключові слова: *інновації, інвестиції, фінансування, інвестори, фонд, ресурси, фірма, підприємство, проект, капіталовкладення, кошти, контракт, науково – технічний прогрес.*

Nadia Shostakivska

ROLE OF THE INNOVATION FUND IN FINANCING INNOVATIVE PROJECTS

Abstract. Solved and reasonable financing of innovative projects and the role of the Innovation Fund in this process.

Keywords: *innovation, investment, financing, investors, capital, resources, firm Business, project, investment, money, contract, scientific - technical progress.*

Світовий та вітчизняний досвід показує, що далеко не всі інноваційні ідеї втілюються в життя, а тим більше далеко не всі досягають завершення інвестиційним процесом. Причини: помилки в обґрунтуванні, недостатньо чисті результати експерименту, нестача засобів для розвитку виробництва, довгі строки інноваційного процесу, які призводять до старіння новації.

Це обумовлює підвищену ризикованість інноваційних проектів, що, звичайно, є наслідком особливості процесу їх фінансування.

В практиці існує багато різних форм фінансування інноваційних проектів. Найпростіша з них зводиться до безпосереднього перерахування коштів інвестором виконавцю інноваційного проекту. Більш складні передбачають ряд додаткових заходів для зниження ризику та розподілу можливих збитків між інвесторами.

Проте, хоча й допускається прямий зв'язок між інвесторами та виконавцями, в розвинених країнах інвестори ідуть на кооперацію, утворюючи спільний інноваційний венчурний (ризиковий) фонд, від імені якого здійснюються капіталовкладення.

Серед існуючих моделей інноваційних фондів, можна виділити інноваційні фонди неприбуткового (некомерційного) гину.

їх засновниками виступають організації, які володіють коштами для проведення потрібних їм досліджень і створюють за рахунок цих коштів спеціальний суспільний інноваційний фонд. Засновники фонду передають йому свої кошти з правом використання та розпорядження ними для вирішення проблем, актуальних для засновників та суспільства в цілому.

Створений інноваційний фонд за рахунок цих коштів залучає до співпраці широке коло спеціалістів різного профілю, стимулює їх детальне вивчення суті проблем, пошуку креативних шляхів вирішення, проводить конкурсний відбір запропонованих рішень та організовує експертний відбір кращих з них. Він охоплює всі фази інноваційного процесу - дослідження та використання кінцевих споживчих нововведень, що практично вирішують ці проблеми.

Об'єднуючи фінансові ресурси, які належать багатьом незалежним один від одного засновників і користувачів, фонди застосовують стимулювання широкого кола незалежних спеціалістів до дій, орієнтованих на вирішення поставленої проблеми. Перша група стимулів полягає в тому, що окреслюючи перед спеціалістами коло проблем, інноваційні фонди тим самим пропонують спеціалістам альтернативу їх рутинній буденній роботі в традиційних закладах - плюралізм думок, рівноправність у спілкуванні і, як наслідок, взаємне збагачення професійними знаннями при комплексній і компетентній консультативно-експертній розробці великої кількості пропозицій, демократичний характер прийняття відповідальних рішень. Другу групу стимулів представляють грошові субсидії, що надаються фондами кращим проектам. Розмір субсидій вимірюється вартістю їх реалізації, а сама субсидія надається в повне розпорядження авторів і виконавців проектів. Виконавцям надається право привласнення цих коштів, що заощаджуються ними при їх раціональному використанню та при високоякісному виконанню проектів. Третю групу стимулів складають гарантії на відрахування долі прибутку авторам та виконавцям проектів і програм, коли їх результати почнуть використовуватись в промисловості і приносити доходи. Можливість отримання долі прибутку спонукає спеціалістів до максимізацію всього прибутку, який промисловим підприємствам забезпечують відповідні проекти.

Інноваційні фонди комерційного типу мають статус обмеженого фінансового партнерства. Його учасники отримують прибутки і несуть збитки пропорційно первісно внесеному капіталу. Кошти з таких фондів можуть виділятися як на зворотній основі у вигляді пільгових кредитів, так і безповоротно.

Виконавцями проекту можуть бути як венчурні (ризикові) малі або середні фірми, так і спеціально створені колективи спеціалістів.

У випадку провалу проекту, що реалізується, або окремих його складових, можуть прийматись відповідні міри та санкції. Колектив, який отримав кредит, повертає його з врахуванням індексації, не дивлячись на неможливість продажу роботи, яка виконувалась по договору. Підприємство, яке не спроможне повернути гроші та заплатити за користуванням кредитом, на підставі висновку аудиторської фірми оголошується банкротом з усіма наслідками, а саме - зміна керівництва та розгляд питання про його перепрофілювання. По відношенню до колективу експертів, які рекомендували до фінансування проект, що не отримав закінчення з їхньої вини - діє заборона на їх участь в підготовці експертних висновків.

Практика розвинених країн свідчить, що фінансування інноваційних проектів через мережу інноваційних фондів с досить ефективним, перш за все через досить високу гнучкість такої системи, яка дозволяє об'єднувати кошти багатьох різних інвесторів та зусилля спеціалістів.

Діяльність таких венчурних інноваційних фірм, які займаються розробкою (а інколи є й ініціаторами) інноваційних проектів є досить ефективною (в СІЛА на фірми з чисельністю зайнятих менше 1 тис. чоловік припадає 1/2 всіх найважливіших нововведень в країні).

В успішному функціонуванні фондових механізмів в країнах Заходу грає велику роль специфічність руху грошових ресурсів в інноваційному процесі.

Не дивлячись на те, що перехід до ринкової економіки передбачає зменшення ролі держави в інноваційній діяльності, через ряд обставин (в першу проблема інвестиційного клімату) найближчим часом в Україні держава і надалі змушена відігравати ключову роль в фінансуванні найважливіших напрямків НТП (науко – технічного прогресу). Проте доцільно дещо змінити схему такого фінансування. Джерелом коштів повинні активніше виступати позабюджетні фонди, до участі в яких потрібно активно залучати приватний капітал, комерційні банки, тощо.

Необхідно визначити пріоритетні напрямки розвитку вітчизняної науки і забезпечити підтримку на найбільш цінних та незахищених напрямках НТП. На пріоритетних напрямках доцільно створювати об'єднання зацікавлених організацій та підприємств, фінансові та фінансово-промислові групи. Взаємодія органів державного управління з науково-технічними організаціями повинна будуватись головним чином па контрактній основі, в порядку конкурсного відбору проектів. Потрібно знаходити форми залучення недержавних коштів в фінансування інноваційного процесу, проте це стане можливим лише в разі утворення сприятливого інвестиційного клімату, це можливо здійснити через систему пільгового оподаткування, стабільної правової бази , а також використання та створення фонду заохочення.

Використана література

1. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін: Навчальний посібник.- К.: Заповіт, 1996.

2. Економіка знань: виклики глобалізації та Україна / Під аг. Ред.. А. П. Гальчинського, С. В. Льовочкіна, В. П. Семиножинка.

3. Шарко М. В. Державне регулювання інноваційних процесів // Актуальні проблеми економіки, - 2003 №12.

4. Цигилик І. І. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник / Цигилик І. І. , Кропельницька С. О. , Мозіль О. І., - К: « Центр навчальної літератури», 2004

УДК 657

Оксана Якимюк, магістр
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено поняття фінансового результату та напрями їх оптимізації

Ключові слова: *фінансові результати, облік, аналіз, доходи, витрати.*

Oksana Yakymyk

ECONOMIC ESSENCE OF FINANCIAL RESULT OF ACTIVITY OF ENTERPRISE

Abstract. Investigational concept of financial result and directions of their optimization.

Keywords: *financial results, account, analysis, profits, charges.*

Основною метою діяльності кожного господарюючого суб’єкта є одержання високих фінансових результатів. У фінансових результатах знаходять своє пряме відображення всі сторони діяльності підприємства: його технологічний рівень та організації виробництва, ефективність системи управління, контролю за рівнем витрат та рівнем реалізаційних цін, особливості господарського механізму та державне

регулювання розвитку певної галузі, виходячи з її значення для розвитку економіки країни.

Серед останніх досліджень фінансових результатів підприємств привертають увагу праці таких науковців: О.В. Гаращенко, Я.В. Лебедзевич, С.Л. Червінська, Є.Ю. Шара, Л.М. Янчева, І.Б. Чернікова, І.О. Гладій та ін. Зокрема предметом вивчення О.В. Гаращенко, С.Л. Червінської, Є.Ю. Шарої є облік і аналіз формування результатів діяльності підприємств, Я.В. Лебедзевич – досліджує контроль фінансових результатів в системі обліку. В наукових працях Л.М. Янчевої, І.Б. Чернікової та І.О. Гладій висвітлено організацію обліку фінансових результатів підприємств.

Фінансовий результат, за умови якщо він має позитивне значення, є джерелом платежів до бюджету, а також розширеного відтворення виробництва. З його допомогою створюється стимул для підвищення ефективності діяльності підприємства.

За ринкових умов суттєво зростає роль і значення фінансових результатів в розвитку підприємства, докорінно змінюється як порядок, так і обґрунтованість їх визначення як в системі фінансового, так і в системі внутрішньогосподарського обліку.

Основою для правильного визначення фінансового результату є науково обґрунтована організація та методика його обліку. Диверсифікація діяльності підприємств з метою пошуку додаткових джерел отримання прибутку зумовлює необхідність визначення фінансового результату не тільки в розрізі видів діяльності, передбачених діючою формою Звіту про фінансові результати, а й визначення результату діяльності кожного структурного підрозділу господарюючого суб'єкта. Це вимагає удосконалення діючої організації та методики формування фінансових результатів і їх відображення в звітності підприємств.

Дослідження проблеми фінансових результатів в період економічної кризи стає ще більш актуальним, оскільки від одержаного підприємством прибутку залежить рівень оплати праці працівників, динаміка надходження коштів до бюджетів різних рівнів, насиченість ринку відповідною продукцією в міру її потреби, тощо. За рахунок прибутку також виконується частина зобов'язань підприємства перед банками та іншими підприємствами та організаціями.

Облік фінансових результатів є однією з важливих ділянок роботи бухгалтера. Він формує інформацію щодо доходів і витрат підприємства за їх видами, передбачає нарахування і перерахування податків, які надходять у державний бюджет України.

Отже, показники фінансових результатів характеризують ефективність господарювання підприємства. Найважливіші серед них є показники прибутку, який в умовах ринкової економіки складає основу економічного розвитку підприємства. Зростання прибутку створює базу для самофінансування, розширеного виробництва, розв'язання соціальних проблем. Таким чином, показник прибутку є найважливішим для оцінки виробничої та фінансової діяльності підприємства.

Секція 2. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ЇХ МОДЕЛЮВАННЯ

УДК 334.012.64
Наталія Гарматій, асистент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

МОДЕЛЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В РЕГІОНАЛЬНОМУ РОЗРІЗІ

Анотація. Моделювання динаміки розвитку малого бізнесу в Україні є досить актуальна тема дослідження. В даній тезі показано зв'язок розвитку малого бізнесу з основними макроекономічними показниками.
Ключові слова: *малий бізнес, коефіцієнт детермінації, рівняння регресії, валовий внутрішній продукт, доходи населення по регіонах.*

Nataliia Garmatiy

MODELING AND PROGNOSTICATION OF DYNAMICS OF SMALL ENTERPRISES DEVELOPMENT IN THE REGIONAL SECTION

Abstract. The modeling of dynamics of small business development in Ukraine is urgent theme of research. In this thesis showy the connection between the development of smoll business and main macroeconomic indexes.
Keywords: *small business, coefficient of determination, equalization of regression, gross domestic product, profits of population in regions.*

Розвиток малого бізнесу в Україні, створення нових малих підприємств та підтримка розвитку вже існуючих є одним із важливих моментів розвитку економіки країни, та частковим вирішенням проблем безробіття по регіонах,створення нових робочих місць, збільшення доходів населення.

Через значну конкуренцію малі та середні підприємства часто є ефективнішими за великі. Переваги полягають в тому, що мале підприємництво оперативно реагує на динаміку ринкового середовища та зміни кон'юнктури, сприяє диференціації споживчого попиту, розширенню номенклатури промислових товарів та послуг.

Методи удосконалення та розвитку малих підприємств, їх економіко-математичне моделювання відображено у працях українських та іноземних вчених, а саме П. Бернса,І. Благуна, З. Варналія, В. Вітлінського, Л. Воротіної, І. Лук'яненко, Н. Реверчук, Дж. Девюрста, К. Когіку, С. Соболя, Д. Стокса, Й. Шумпетера та ін.

На створення, розвиток та діяльність малих підприємств в Україні впливають різні макроекономічні та мікроекономічні показники, ми виділимо основні, які застосуємо в процесі моделювання: валовий регіональний внутрішній продукт, доходи населення за регіонами, зайнятість на малих підприємствах за регіонами, кількість малих підприємств по регіонах, у розрахунку на 10 тис. осіб.

Моделювання здійснимо на прикладі Луганського регіону, дані взяті зі статистичного щорічника України за період 2005-2009р. Проаналізуємо як доходи населення (x1), валовий регіональний продукт (x2), зайнятість на малих підприємствах (x3) впливають на кількість малих підприємств в регіоні (y).

Рівняння регресії буде мати таке представлення:

$$Y = -0.094 + 0X_1 + 0.0001X_2 + 0.5967X_3;$$

$$R^2 = 1 - \frac{s_e^2}{\sum(y_i - \overline{y})^2} = 1 - \frac{21.32}{1995.33} = 0.9894.$$

Коефіцієнт детермінації становить:$R^2 = 0.99^2 = 0.9894$. Це високий показник, тобто в 98.94 % випадків зміни таких чинників, як доходи населення по регіону, валового регіонального продукту, зайнятості на малих підприємствах призведуть до зміни кількості малих підприємств по регіону.

Іншими словами прориву у збільшення кількості малих підприємств по регіонах і відповідно збільшення обсягу продукції та наданих послуг МП неможливе, без покращення основних макроекономічних показників.

Використана література

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс.-Режим доступу:http://www.ukrstat.gov.ua/.

УДК 338

Любов Гац, ст. викладач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

МОДЕЛЬ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто структуру показника рентабельності власного капіталу підприємства та його факторну оцінку.

Ключові слова: *рентабельність, ефективність, власний капітал, рентабельність активів.*

Lubov Hats

MODEL ASSESSMENT OF EFFICIENCY OF USE OF OWN CAPITAL COMPANY

Abstract. The structure of rate profitability of equity capital of the enterprise and its factor assessment

Key words: *profitability, efficiency, equity capital, profitability of assets.*

Відносним показником, що характеризує ефективність функціонування підприємства є рентабельність. Система оцінки фінансово-економічного стану підприємства передбачає використання цілої низки зазначеної категорії показників, що дають можливість аналізувати прибутковість:

- організаційних процесів використання майнових ресурсів;
- операційну діяльність, пов’язану з виробничо-комерційними операціями;
- процеси залучення власного та позикового капіталу, що виступають джерелами формування майна підприємства.

Оскільки, показник прибутку, що є основою розрахунку рентабельності у формі звітності №2 «Звіт фінансових результатів» представлений як валовий, операційний та чистий, то відносний показник за даною ознакою теж поділяють по аналогії на відповідних три категорії.

Слід звернути увагу на той факт, що чистий прибуток є кінцевим результатом, з однієї сторони, виробничо-господарської сфери діяльності підприємства, а з другої, процесу фінансування, що полягає в залученні власного та позикового капіталу.

Загальноприйнято показник рентабельності власного капіталу визначати відношенням чистого прибутку до власного капіталу:

$$R_{ВК} = \frac{ЧП}{ВК} * 100\% \quad (1)$$

де ЧП - чистий прибуток;
ВК - власний капітал.

Однак, результативність в сумі чистого прибутку обумовлена ефективністю використання двох видів капіталу, а не тільки власного. Тому, в розрахунку показника рентабельності власного капіталу пропонується використання структури капіталу за допомогою питомої частки кожного з його видів.

Алгоритм розрахунку буде мати наступний вигляд:

$$R_{ВК} = \frac{ЧП}{СК} * Ч_{ВК} * 100\% \quad (2)$$

де $Ч_{ВК}$ – частка власного капіталу в сукупній вартості капіталу;
СК – сукупний капітал.

Залучення позикового капіталу передбачає сплату відсотків, суму яких доцільно долучити до чистого прибутку, оскільки вони не мають прямого відношення до власного капіталу. В систему розрахунку означену величину необхідно включити у вигляді складового елементу:

$$\frac{Vф}{ПК} * ПК = V_{ПК} * ПК \quad (3)$$

де $Vф$ – фінансові витрати
$V_{ПК}$ – розрахункова ставка вартості позикового капіталу;
$ПК$ – позиковий капітал

Перетворення алгоритму (2) з врахуванням рівності (2) отримано таку залежність:

$$R_{ВК} = \frac{ЧП + V_{ПК} * ПК}{СК} * Ч_{ВК} * 100\% \quad (4)$$

Оскільки, рентабельність активів підприємства показує скільки прибутку припадає на одну гривню вартості активів та визначається відношенням чистого прибутку до їх вартості, що за джерелом формування рівні вартості сукупного капіталу, схема обчислення набуває вигляду:

$$R_A = \frac{ЧП}{A} * 100\% = \frac{ЧП}{СК} * 100\% \quad (5)$$

В кінцевому підсумку, рентабельність власного капіталу набуває такого вигляду:

$$R_{ВК} = (R_A + V_{ПК} * Ч_{ПК}) * Ч_{ВК} \quad (6)$$

де R_A – рентабельність активів підприємства;
$Ч_{ПК}$ – частка позикового капіталу в сукупній вартості капіталу.

Таке представлення розрахунку показника рентабельності власного капіталу дає, також, можливість здійснювати факторну оцінку його зміни за рахунок впливу таких чинників, як:

- рівень прибутковості активів -

$$R_{ВК} = (R_{А}^{зв} + V_{ПК}^{б} * Ч_{ПК}^{б}) * Ч_{ВК}^{б} - (R_{А}^{б} + V_{ПК}^{б} * Ч_{ПК}^{б}) * Ч_{ВК}^{б} \quad (7)$$

- витратність підприємства, щодо залучення позикового капіталу -

$$R_{ВК} = (R_{А}^{зв} + V_{ПК}^{зв} * Ч_{ПК}^{зв}) * Ч_{ВК}^{б} - (R_{А}^{зв} + V_{ПК}^{б} * Ч_{ПК}^{б}) * Ч_{ВК}^{б} \quad (8)$$

- структура капіталу -

$$R_{ВК} = (R_{А}^{зв} + V_{ПК}^{зв} * Ч_{ПК}^{зв}) * Ч_{ВК}^{зв} - (R_{А}^{зв} + V_{ПК}^{зв} * Ч_{ПК}^{зв}) * Ч_{ВК}^{б} \quad (9)$$

Використана література

1. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємств: Підручник.-К.:УБС НБУ: Знання,2010.-550с.

УДК 330.322

Євген Гащин, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ЕФЕКТИВНІСТЬ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕОСНАЩЕННЯ ВИРОБНИЦТВА В НОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Анотація. Розглянуто напрямки та результативність технічного переоснащення виробництва в сучасних умовах господарювання промислових підприємств.

Ключові слова: *ефективність виробництва, технічне оновлення, технічне переоснащення, соціальні результати.*

Evgen Gashchun

THE EFFICIENCY OF PRODUCTION TECHNICAL RE-EQUIPPING IN NEW MANAGEMENT CONDITIONS

Abstract. Direction and effectiveness of production technical upgrading in current management conditions was reviewed.

Keywords: *efficiency of production, technical updates, technical re-equipping, social results.*

Інноваційний шлях розвитку підприємства потребує прискореного оновлення і якісного перетворення матеріально-технічної бази, створення нових виробництв, обумовлених змінами суспільних потреб і новими можливостями. У вирішенні згаданих завдань провідну роль відіграє один із напрямків його технічного розвитку – технічне переоснащення (ТП).

Проведення ТП підприємств на сучасному етапі утруднено рядом об'єктивних причин і стримуючих факторів. Одним із них вважається криза вітчизняної економіки, але основна причина, на наш погляд, в тому, що наявний господарський механізм не сприяє науково-технічному прогресу взагалі і технічному переоснащенню зокрема.

Для правильного розуміння і ефективного проведення підприємствами ТП необхідна його науково обґрунтована концепція, в якій слід виразити економічний

зміст, мету, задачі, критерії, напрямки, результати ТП та його зв'язок з соціальними факторами.

Процес ТП постійний, його можна розглядати як неперервний цикл організаційно-економічних нововведень, орієнтованих на революційні зрушення в науці, техніці, виробництві.

Аналіз наявної системи планування ТП на підприємствах машинобудування показав ряд її недоліків, особливо в умовах ринкових методів господарювання.

- відсутній комплексний підхід до планування технічного переоснащення, відсутнє централізоване управління усіма роботами з ТП, часто не узгоджуються сторони виконання спряжених робіт;
- не узгоджуються плани виробничої діяльності з планами ТП, не використовуються багатоваріантні розрахунки при плануванні технічного розвитку підприємства;
- не оцінюється вплив заходів з ТП на кінцеві показники виробничої діяльності підприємства і тому часто кошти вкладають безсистемно, не досягаються бажані результати, затягуються строки технічного переоснащення.
- не враховуються нові умови господарювання, перехід підприємств на самофінансування, самоокупність тощо.

В нових умовах змінюється мета ТП. Якщо раніше воно спрямовувалось на розширення виробництва, збільшення його обсягів, то тепер проводиться з метою збільшення прибутку, продуктивності праці, фондовіддачі, покращення якості продукції, розширення її номенклатури та асортименту. Все це може бути досягнутим лише при умові комплексного підходу в плануванні і управлінні ТП на основі розробки цільових комплексних програм.

В умовах сучасних революційних перетворень у технічному базисі виробництва ступінь його технічної досконалості та рівень економічного потенціалу в цілому визначається прогресивністю технологій – способів одержання і перетворення матеріалів, енергії, інформації, виготовлення продукції. При цьому технологія виступає завершальною ланкою і формою матеріалізації фундаментальних досліджень, засобом безпосереднього впливу науки на сферу виробництва.

Сучасним технологіям притаманні певні тенденції розвитку і використання. Головними з них вважаються: перехід до малостадійних процесів шляхом сполучення в одному технологічному агрегаті окремо виконуваних операцій (концентрація); забезпечення у нових технологічних системах мало- або безвідходного виробництва; підвищення рівня комплексності механізації процесів на основі застосування машин і технологічних ліній; використання в нових технологічних процесах засобів мікроелектроніки, що дозволяє одночасно з автоматизацією процесів досягти більшої динамічної гнучкості виробництва.

Вся сукупність сучасних напрямків НТП служить фундаментальною базою розвитку будь-якого підприємства. Технічний розвиток відображає процес формування і вдосконалення техніко-технологічної бази підприємства, що має бути постійно зорієнтованим на кінцеві результати господарської діяльності.

Технічний розвиток, як об’єкт організаційно-економічного управління, охоплює різноманітні форми, що мають відображати відповідні стадії процесу розвитку виробничого потенціалу і забезпечувати відтворення основних фондів підприємства (від капітального ремонту знарядь праці до розширення та нового будівництва певних виробничих ланок).

Із сукупності форм технічного розвитку варто відокремити такі, які характеризують з одного боку підтримання техніко-технологічної бази підприємства, а з другого – її безпосередній розвиток шляхом вдосконалення і нарощування. У зв’язку з

визначальним впливом на результати господарської діяльності технічного розвитку, його багатоспрямованістю і великою складністю важливе практичне значення має постійно здійснювана чітка і збалансована за всіма елементами система економічного управління цим процесом на підприємстві. Процес економічного управління технічним розвитком повинен включати декілька основних етапів:

- аналітичний – встановлення цілей, визначення і ранжування, виокремлювання їх пріоритетів;
- підготовчий – аналіз виробничих умов, підготовка прогнозної інформації;
- конкурсний – варіантний вибір оптимальних рішень - розробка, вибір критеріїв, оцінка ефективності варіантів розробок;
- організаційний – узгодження вибраних рішень, їх інтегрування в єдиний комплекс заходів у межах програми технічного розвитку;
- супроводжувальний – контроль за виконанням передбачених програмою заходів, проведення необхідного коригування програм.

Поруч з економічними задачами, що стоять перед ТП, важливими вважаються його соціальні наслідки. З тієї точки зору особливе значення має скорочення числа робітників, зайнятих на шкідливих та особливо шкідливих або важких фізичних роботах. Це сприятиме закріпленню кадрів на виробництві та забезпечить підвищення продуктивності і якості праці, що позитивно вплине на ефективність господарської діяльності.

УДК 519.2+331.4

Світлана Гринчуцька, ст. викладач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ДО ПИТАННЯ ОЦІНКИ РИЗИКУ НЕБЕЗПЕК НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Розглянуто питання оцінки ризику на підприємстві. Розкрито основні положення сучасної методологічної бази оцінки ризику небезпечних ситуацій.

Ключові слова: *прийнятий ризик, промислова безпека, негативні події, збитки.*

Svitlana Hrynchutska

THE PROBLEM OF ESTIMATION RISK OF DANGER AT THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

Abstract. The question of risk in the enterprise. The basic provision of modern methodological basis of risk assessment of hazardous situations.

Keywords: *accepted risk, industrial safety, adverse events, loss.*

Сучасний світ відкинув концепцію ”абсолютної безпеки” та втілює концепцію ”прийнятного ризику” потенційної небезпеки промислових підприємств.

Тому існує потреба в аналізі, оцінці та прогнозуванні ризиків небезпек на промислових підприємствах.

Значна кількість рекомендацій щодо забезпечення промислової безпеки виробляється із застосуванням якісних методів аналізу ризику, що дозволяє використовувати менший обсяг інформації та витрат праці для досягнення результату.

Ризик у промисловій безпеці часто визначають як ймовірність настання негативних подій за деякий період часу (як правило, за рік). Ймовірність при такому підході є мірою ризику, вона зручна для порівняння ризиків одного об’єкта (суб’єкта) від різних подій чи для різних об’єктів (суб’єктів) у типових для них умовах функціонування.

У сучасній практиці для оцінки ризику використовують модель, яка пов'язує ймовірність виникнення негативних подій і можливі збитки у результаті цих подій:

$$R = \sum_{i=1}^{n} P_i \; Wi,$$

де R – рівень ризику, виражений через математичне очікування збитків;

P_i - ймовірність виникнення небезпечної події і-го типу;

W_i- величина збитків від настання і-ї події.

Оцінка ризику повинна передбачати також розвиток несприятливих подій за різними сценаріями.

Рівень ризику підвищується пропорційно до збільшення ймовірності настання події та тяжкості її наслідків.

З часу вступу в дію Закону "Про об'єкти підвищеної небезпеки" в Україні ведеться облік об'єктів підвищеної небезпеки (ОПН) та контролюються заходи по їх безпечній експлуатації. Кількість ОПН в Україні близько 6000 одиниць, дані об'єкти належать майже 2500 суб'єктам господарювання, які здійснюють свою діяльність в 10 основних галузях національної економіки [1].

Відповідно до Методики визначення ризиків і їх прийнятих рівнів для декларування безпеки небезпечних об'єктів, затвердженої Мінпраці від 14.12.2002р. №637 для оцінки ризику можуть використовуватися ймовірнісні методи "дерево відмов" та "дерево подій". Застосування цих методів дозволяє визначити функціональні зв'язки елементів системи у вигляді логічних схем, що враховують взаємозалежність відмов елементів чи груп елементів. Побудова логічних схем дозволяє визначити найризикованіший варіант подій та оцінити очікуваний ризик.

Загалом методологію оцінки ризику виникнення і розвитку небезпечних ситуацій можна звести до наступних етапів:

- ідентифікація ОПН по кількості небезпечних позицій;
- виділення із структурних підрозділів підприємства технологічного об'єкту (цеху, відділу, установки і т.д.) і його поділ на технологічні блоки. Для кожного з блоків проводять оцінку негативних факторів і розробляються сценарії розвитку можливих ризикованих ситуацій;
- для технологічних блоків і об'єктів прописуються "дерева відмов" (роглядаються відмови устаткування, поломки, можливі технологічні причини, обумовлені порушенням режимів роботи функціонально пов'язаних систем, а також помилки персоналу).

На основі оцінки ймовірності відмови засобів стримування аварії та помилок персоналу визначається ймовірність різноманітних наслідків аварії. Для оцінки наслідків прописуються "дерева подій".

Всі припущення під час оцінки масштабів ризикованих подій у випадку виникнення невизначеностей у процесі оцінки ризику повинні орієнтуватися на найгірші наслідки:

- якщо виникає невизначеність у можливих значеннях параметрів процесу, то для визначення умов виникнення аварій приймаються найгірші з можливих;
- при здійснення статистичних оцінок вибирається найнесприятливіше відхилення від середньостатистичного значення при довірчій імовірності 0,95 і більше;
- якщо є інші невизначеності, то приймаються інші найгірші припущення, за яких можливі найгірші наслідки з найбільшою ймовірністю.

З огляду на вищевказане зазначимо, що визначення оцінки ризиків повинно грунтуватись на результатах контролю технічного стану потенційно небезпечних об'єктів, статистичних даних про відмови, даних моніторингу процесів та на результатах моделювання і прогнозування відповідних небезпечних подій і ситуацій.

Вартісне вираження ризику, як математичне сподівання збитків дозволяє сформувати оптимальну структуру витрат, повязаних із забезпеченням промислової безпеки.

Використана література

1. Аверін Г. В. Оцінка ризику виникнення аварій на об’єктах підвищеної небезпеки / Г.В.Аверін, В.М. Москалець // Охорона праці. – 2008. – № 6. – С. 17 – 21.

УДК 658.011

Дмитро Дмитрів, к.т.н., доцент
Олена Рогатинська, к.т.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ “МАГАЗИН-СКЛАД”

Анотація. Розглядається моделювання системи управління запасами засобами процесора електронних таблиць Ms Excel. В якості моделюючого об’єкта вибрано систему “Магазин-склад”, при функціонуванні якої враховується відкладений попит.

Ключові слова: *запас, модель, витрати, замовлення, попит, випадкова величина.*

Dmytro Dmytriv, Olena Rogatynska

MODELING OF INVENTORY MANAGEMENT SYSTEM “SHOP-WAREHOUSE”

Abstract. An inventory management system modeling by tools processor Ms Excel. As the modeling object is selected the system "shop-warehouse" the operation which takes into account deferred demand.

Keywords: *stock, model, costs, orders, demand, random variable.*

Розглянемо випадок, коли всі параметри системи протягом часу не змінюються. Реалізація певного виду товару, наприклад автомобілів, здійснюється наступним чином. Покупець в магазині оплачує вартість товару, після чого отримує його на складі. Якщо сплачений товар відсутній на складі, покупцеві виплачується певна компенсація. У зв'язку з цим перед підприємцем постає завдання визначення оптимальної кількості товарів, що зберігаються на складі, так як крім виплати певної компенсації в зв'язку з відсутністю товару, необхідно враховувати витрати, пов'язані із зберіганням і доставкою товарів. Виконання цього завдання ускладнюється тим, що деякі параметри, наприклад, попит або час постачання товарів на склад є випадковими величинами. Одим із шляхів вирішення задачі є моделювання функціонування системи протягом певного періоду часу з метою визначення для конкретної реалізації необхідних витрат по утриманні системи. Отримавши достатню кількість реалізацій, можна визначити значення деяких параметрів системи, наприклад, обсяг партії постачання товару на склад і рівень запасів товарів на складі, при якому оформляється заявка на поставку додаткової партії товару на склад, на основі критеріїв теорії ефективності.

Задамо вихідні дані:

- рівень запасу товару на складі;
- середній щоденний попит товару;
- стандартне відхилення щоденного попиту;
- обсяг партії постачання товару на склад;
- рівень запасу, при якому оформляється заявка на поставку додаткової партії товару на склад;
- середній час поставки додаткової партії товару на склад;
- стандартне відхилення часу поставки товару на склад;
- період функціонування складу.

Обсяг запасу на складі фіксується на початку кожного дня. Поки не виконана подана заявка на поставку, наступна заявка не подається.

Стовпець С індикатора подачі заявки використовується для зазначення моменту поставки: при постачанні без затримки наявність 1 у відповідній комірці вказує на подачу заявки для поставки додаткової партії товарів. Наявність нуля вказує на відсутність заявки, а в разі подання заявки вказується число днів до її виконання.

В таблиці 1 наведено вихідні дані і розрахункові формули для моделювання роботи системи “Магазин-склад”.

Таблиця 1

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Початковий рівень запасу	Середній щоденний попит	Стандартне відхилення щоденного попиту	Мінімальний рівень запасу для поставки	Об'єм партії товару для поставки	Середній час поставки	Стандартне відхилення часу поставки	Період функціонування складу
2	300	40	4	150	150	3	1	30
3								
4		Модель "магазин-склад"						
5	№ дня	Об'єм запасу	Індикатор подачі заявки	Об'єм попиту	Рівень запасу			
6	1	300	0	33	150			
7	2	267	0	40	150			
8	3	227	0	43	150			

На рисунку 1 наведено реалізацію роботи системи протягом тридцяти робочих днів. Кожна наступна реалізація отримується після попередньої натисканням клавіші F9. На графіку показано рівень запасу, при якому оформляється заявка на поставку додаткової партії товару на склад. В розглянутій моделі об’єм партії постачання товарів на склад є постійною величиною, яка не залежить від кількості товарів, що залишились на складі. В плані узагальнення моделі можна передбачити можливість зміни вказаної величини по певному критерію.

В зв’язку з аналізом функціонування моделюючих об’єктів виникає задача оптимізації кількості товарів, які зберігаються на складі.

Рисунок 1. Перша реалізація роботи моделі ”Магазин-склад”

Розв’язок задачі ускладнюється тим, що певні параметри, наприклад, попит, чи час поставки товарів на склад, є випадковими величинами. Одним із шляхів розв’язку задачі є моделювання функціонування системи протягом певного періоду часу, з метою визначення для конкретної реалізації необхідних витрат. При цьому, різні реалізації функціонування тієї чи іншої системи, дають можливість визначити оптимальні значення вхідних і вихідних параметрів.

УДК 330.4:519.863
Олена Ковальчик, асистент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

МОДЕЛЮВАННЯ РОЗПОДІЛУ ВИТРАТ З ВИКОНАННЯ АВТОДОРОЖНІХ РОБІТ

Анотація. Розглянуто математичну модель оптимізації розподілу інвестицій за типами автодорожніх робіт з урахуванням інтенсивності руху на автошляхах.
Ключові слова: *автодорожні роботи, автошляхи, оптимізація.*

Olena Kovalchyk

MODELING OF DISTRIBUTION COSTS FOR MAINTENANCE OF ROADS

Abstract. The optimization mathematical model of the distribution of investments by type of road works including traffic on the roads is considered.
Keywords: *highway works, roads, optimization.*

Розвиток мережі автомобільних доріг – це і будівництво нових доріг, і проведення господарських заходів з підтримки якісного технічного стану існуючих доріг. Звичайні види робіт, що проводяться на дорогах, можна в загальному поділити на три типи: утримання, ремонт та реконструкція. Крім того, проводяться і деякі інші роботи. Утримання доріг потребує їх облаштування і, за необхідності, нескладного ремонту дорожнього полотна. Ремонт потребує значно більших витрат, а витрати на реконструкцію можна порівняти з витратами на будівництво нових доріг.

Був досліджений стан доріг при інтенсивному автомобільному русі [1]. Аналіз показав, що дороги, які знаходяться у гарному стані, при постійному проведенні технічних робіт з утримання служать достатньо довго (близько 5 років) до нового планового ремонту. Реконструкція ж цієї дороги виконується лише в особливих випадках. У той же час, якщо протягом 2-3 років не виконувалися роботи з утримання, дорога переходить до стану, що потребує ремонту. Якщо ж роботи з утримання не виконувалися взагалі протягом 4-6 років, то вартість відновлювальних робіт наближається до вартості реконструкції. Таким чином, максимізація довжини доріг, на яких постійно виконуються роботи з утримання, відповідає мінімізації витрат на підтримку доріг у технічно якісному стані.

При моделюванні діяльності з експлуатації та розвитку мережі автошляхів найбільш поширені такі типи моделей: 1) вибір підрядчиків за допомогою тендера; 2)оптимізація розподілу інвестицій за типами шляхових робіт; 3) поділ інвестицій за окремими типами робіт за конкретними дорогами та ін.

Розглянемо оптимізаційну модель розподілу обмежених інвестицій на виконання ремонтних робіт на один рік з урахуванням інтенсивності руху на автошляхах.

Нехай для кожної дороги з ділянки мережі автодоріг маємо інформацію про її стан на теперішній час, який може приймати K рівнів, та інтенсивність руху (потік автомобілів за одиницю часу), яка може приймати M рівнів значень, та інформацію про те, чи був проведений ремонт на дорозі у попередньому році. Позначимо рівні стану через x_i ,$i = 1,2,...K$, а рівні інтенсивності руху позначимо через y_j, $j = 1,2,...M$. Нумерацію станів x_i та y_j зробимо відповідно в порядку збільшення якості стану дороги та інтенсивності руху на ній.

Усі дороги розіб'ємо на K*M класів (x_i, y_j), $i = 1,2,...K$, $j = 1,2,...M$, тобто до одного класу належатимуть дороги з однаковим станом та однаковою інтенсивністю руху. Кожному класу поставимо у відповідність сумарну довжину доріг, які ввійшли до нього m_{ij} , а через $m = \sum_{i=1}^{K} \sum_{j=1}^{M} m_{ij}$ — довжину доріг ділянки мережі.

За інформацією про зміну стану дороги при проведенні чи не проведенні робіт з утримання, яка отримана за допомогою експертів, задаємо відповідності, які дороги з кожного класу (x_i , y_j) ставлять у відповідність стан x_i^y , або $x_i^б$ в залежності від того, чи проводилися роботи з утримання на ній, чи ні.

Наприклад, нехай x_1 означає гарний стан дороги, x_2 − задовільний, y_2 – помірна інтенсивність руху. Якщо при проведенні робіт з утримання дорога з класу (x_1, y_2) залишається у стані x_1 , а без проведення таких робіт переходе до стану x_2 , то маємо дві відповідності: при проведенні робіт з утримання дороги з класу (x_1, y_2) ставимо у відповідність стан x_1 , а без проведення утримання − стан x_2. Оговоримо, що у цій відповідності повинно бути враховано, що на дорогах, які знаходяться не в дуже гарному стані, обов'язково треба проводити роботи з утримання, якщо в попередньому році такі роботи на них не проводилися.

Нехай під проведення робіт з утримання на рік виділена сума інвестицій B. Необхідно для кожного класу (x_i , y_j) знайти довжину частини доріг m_i^*, на яких буде проводитися утримання так, щоб ці роботи були забезпечені фінансуванням та середній коефіцієнт якості стану доріг ділянки мережі став якомога вищим. Тобто маємо математичну модель: знайти m_{ij}^* , $i = 1,2,...K-1$, $j = 1,2,...,M$, що задовільняють умовам:

$$k_{cp} = \frac{1}{m}\sum_{i=1}^{K}\sum_{j-1}^{M}(m_{ij}^* c_{ij}^* + (m_{ij} - m_{ij}^*)c_{ij}) \Rightarrow \max \tag{1}$$

$$\sum_{i=1}^{K-1}\sum_{j=1}^{M} m_{ij}^* a_1 + \sum_{j=1}^{M} m_{Kj} a_2 = B, \tag{2}$$

$$0 \le m_{ij}^* \le m_{ij}, \ \ i = 1,2,...,(K-1); \ \ j = 1,2,...,M, \tag{3}$$

де c_{ij}^* та c_{ij} — вагові коефіцієнти якості станів x_i^y або $x_i^б$, в які перейде дорога з класу (x_i , y_j) відповідно при проведені чи не проведенні робіт з утримання.

Стосовно значень цих коефіцієнтів слід зауважити, що вони рекомендуються експертами, але чим краща якість стану дороги, тим більше значення ваги. Наприклад, якщо маємо три типа станів: x_1 – «гарний», x_2 – «задовільний», x_3 – «поганий», то їх відповідні вагові коефіцієнти дорівнюють відповідно 2, 1, 0. Цільова функція (1) відповідає коефіцієнту середнього стану доріг. Співвідношення (2) − вимога на використання інвестицій B , причому на усіх дорогах з дуже низькою якістю стану x_k обов'язково планується проводити роботи з утримання, до того ж вартість робіт з утримання на одному кілометрі доріг для таких доріг a_2, а для інших станів − a_1. Вимога (3) потребує щоб невідомі значення m_{ij}^* були невід'ємні та не перевищували сумарної довжини доріг з класу (x_i , y_j).

Модель (1)–(3) є лінійною моделлю, яка розв'язується досить легко. Крім того, використання цієї моделі протягом декількох років призведе до вирівнювання якості стану автошляхів. Якщо існує потреба певні дороги підтримувати в дуже гарному стані, то їх фінансування розглядається окремо, а стани усіх інших доріг "усереднюються". Зауважимо, якщо плануються ремонтні роботи чи реконструкція на деяких дорогах, то оскільки ці роботи треба виконати обов'язково, то модель (1)–(3) можна застосувати, зменшивши розмір інвестицій на відповідну суму.

Використана література

1. Л. В. Дрожжина. Моделювання інвестиційної діяльності автодорожньої галузі регіону. // електронний ресурс режим доступу:
http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vdpu/Ekonomika/2008/Drozhzhyna.pdf

УДК 338; 69.003

Наталія Різник, асистент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

УМОВИ ЕФЕКТИВНОГО ФОРМУВАННЯ БУДІВЕЛЬНИХ КЛАСТЕРІВ В РЕГІОНІ

Анотація. У дослідженні проаналізовано зарубіжний досвід функціонування кластерів та визначено переваги, які отримують підприємства від об'єднання в кластер. Сформовано умови, необхідні для ефективного формування будівельних кластерів в регіоні.

Ключові слова: *будівельний кластер, умови формування будівельних кластерів в регіоні.*

Nataliia Riznyk

CONDITIONS OF EFFECTIVE FORMATION BUILDING CLUSTERS IN THE REGION

Abstract. In research we analyzed international experience of functioning clusters and identified the benefits that enterprises receive from association in a cluster. Necessary conditions are defined for the effective formation of building a cluster in the region.

Keywords: *building cluster, formation conditions of building clusters in the region.*

В умовах глобальної економіки кластерна модель є однією з найефективніших форм досягнення конкурентних переваг. Аналіз світового досвіду функціонування будівельних кластерів та наукової літератури дозволив виділити ряд позитивних особливостей кластерних об'єднань:

- Кластери формулюють сприятливе середовище для впровадження результатів науково-дослідних робіт, стимулюють інноваційні процеси, сприяють обміну досвідом, формують досконалі інформаційні потоки внаслідок швидкого розповсюдження новинок серед елементів кластера. Співпраця в рамках кластера з науковими установами та вищими навчальними закладами сприяє практичній спрямованості наукових розробок та забезпечує інноваційний розвиток підприємств. Наявність в середовищі кластера стійких зв'язків та довіри між його учасниками створює умови ефективної інтеграції науки в інновації, а інновації в конкурентні переваги.
- Внаслідок кооперації великих, середніх та малих підприємств кластери створюють можливість акумулювати значні інвестиційні потоки, що дозволяє покращувати якість та конкурентоспроможність продукції. Залучення капіталовкладень є особливо важливим, зокрема для будівельних підприємств в умовах обмеженого іпотечного кредитування.
- Складові кластера взаємодоповнюють один одного завдяки проведенню ефективного сумісного маркетингу, рекламних кампаній, торгових ярмарок, просуванню на ринок продукції фірм-членів кластера.
- Кластер створює можливість спільних закупівель та продажу, надає доступ до спеціалізованих факторів виробництва і людських ресурсів та об'єднання усіх компонентів виробничого процесу, що в результаті позитивно впливає на собівартість продукції. Кооперація виробників та споживачів призводить до зниження витрат та появи ефекту масштабу.
- Кластери дозволяють краще визначити потреби ринку та скоректувати обсяги виробництва і номенклатуру продукції та послуг малих підприємств на ринки великих підприємств.

• Кластери сприяють кращій взаємодії покупців та продавців, полегшують взаємозв'язки з іноземними виробниками, створюють умови для нарощування експорту продукції та виходу на світові ринки. Кластери створюють сприятливіші умови для отримання грантів.

Проте впровадження кластерних структур у будівельний комплекс потребує економічної обґрунтованості можливостей та перспектив їх створення, наявності певних ресурсних, ринкових та соціальних умов.

На основі аналізу іноземного та вітчизняного досвіду функціонування будівельних кластерів, нами визначено ресурсні, ринкові та соціальна умови формування будівельного кластера на рівні регіону (рис. 1).

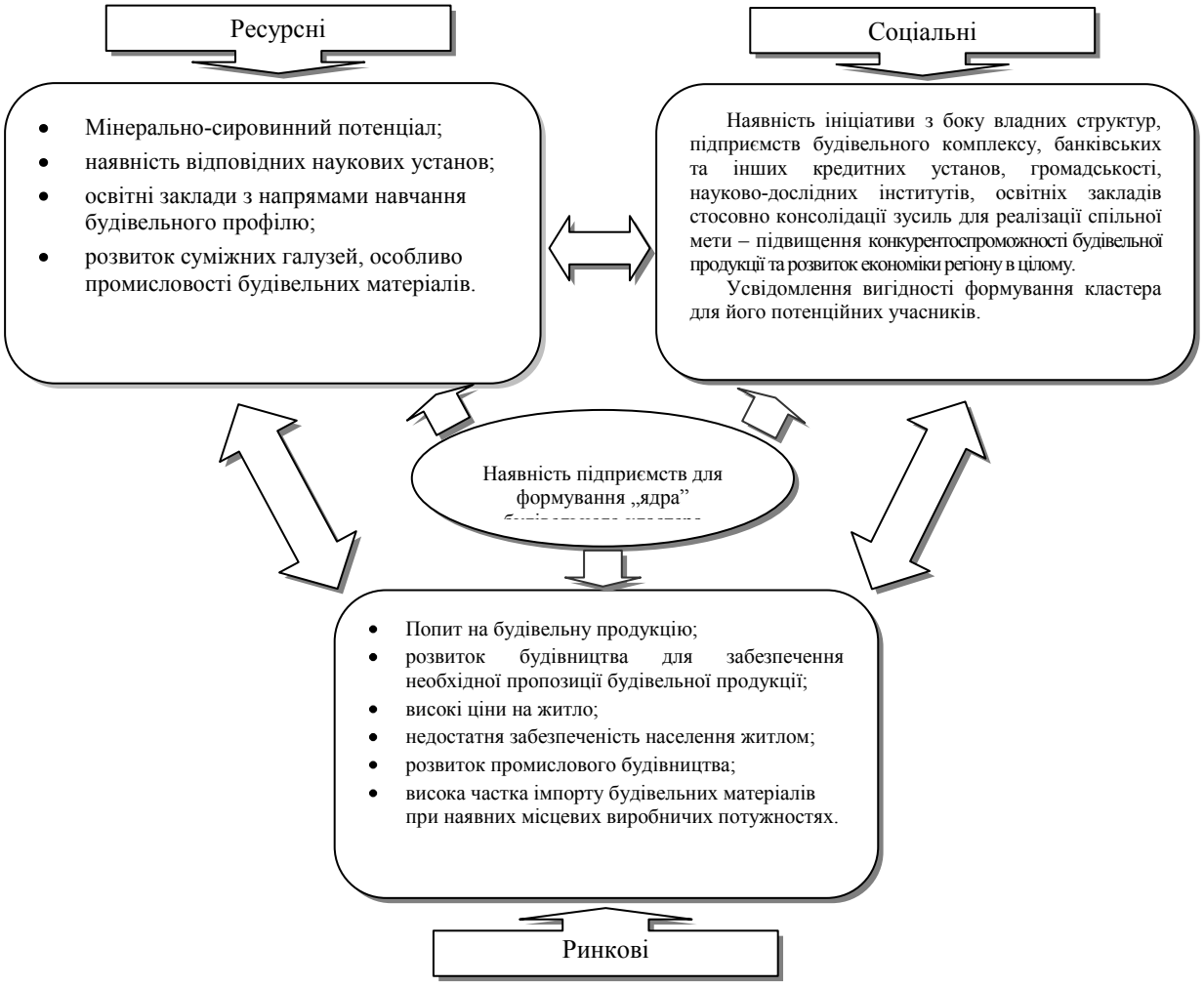


Рис. 1. Умови формування будівельного кластера в регіоні

Вважаємо, основою створення будівельного кластера є наявність підприємств, які б сформували „ядро" кластера. Переважно „ядро" будівельного кластера формують підрядні підприємства та підприємства промисловості будівельних матеріалів, які мають достатнє матеріально-технічне забезпечення та значну зацікавленість у підвищенні конкурентоспроможності власної продукції. Формування „ядра" є необхідною умовою ефективного функціонування будівельного кластера.

Наведені умови формування будівельного кластера в регіоні створюють основу для його заснування та ефективного розвитку в майбутньому. Якщо перші дві групи, ресурсні та соціальні умови, є обов'язковими для формування будівельного кластера, то третя група містить ряд чинників, наявність яких дає додатковий поштовх стосовно необхідності створення кластерів.

УДК 338
Максим Старух, студент
Ірина Нагорняк, ст. викладач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Анотація. У роботі розроблено концепцію моделювання управління фінансовою стійкістю страхової компанії, що дозволяє з урахуванням динаміки розвитку факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підвищити ефективність їх функціонування шляхом оптимізації структури резервів та структури страхового портфелю.
Ключові слова: *управління, страхування, фінансова стійкість.*

Maksum Starukh, Iryna Nagornyak

MODEL OF THE FINANCIAL STABILITY OF INSURANCE COMPANIES

Abstract. There was made the research of modeling of the financial stability of insurance companies, which allows taking into account the dynamics of internal and external environments improve the functioning of them by optimizing the structure of reserves and structure of insurance portfolio.
Keywords: *financial stability.*

Моделювання процесу управління фінансовою стійкістю страхової компанії дозволить підвищити ефективність її функціонування шляхом оптимізації структури резервів та структури страхового портфелю, з урахуванням динаміки розвитку факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Незважаючи на значний обсяг публікацій таких відомих авторів, як: В.С. Валдайцев, Ю.Г. Лисенко, Г.В. Савицька, та ін, присвячених проблемам функціонування страхових компаній, питання управління їх фінансовою стійкістю на сьогодні залишаються недостатньо вивченими. Тому розробка моделей управління фінансовою стійкістю, і побудова на їх основі системи управління з використанням сучасних інформаційних технологій є актуальною.

Фінансова стійкісті зумовлюється значною кількістю чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, які потребують детального аналізу, щодо їх впливу на означений рівень оцінки. До таких факторів необхідно віднести інфляцію, вимоги кредиторів, зміни податкової системи, економічну політику держави, ліквідність активів, збалансованість страхового портфеля, структуру майна, резерви страхової компанії, співвідношення власного і позикового капіталу тощо.

В систему оцінки фінансової стійкості страхових компаній необхідно включити також такі показники, окрім наведених на рис. 1, як : частку страхових зобов‘язань, яка забезпечена власним капіталом; частку страхових резервів в пасивах та рівень страхових виплат і обсяг надходжень страхових премій, а також питомої ваги перестрахування у страхових надходженнях.

Необхідною умовою побудови відповідної моделі управління страхової компанії є визначення рівня фінансової стійкості з урахуванням динаміки умов функціонування, що дозволить встановити необхідний та достатній рівень фінансових надходжень для підтримки стабільного положення страхової компанії на ринку страхування, а також визначення механізмів управління фінансовою стійкістю на основі значимих внутрішньосистемних факторів, таких як формування резервного фонду страхової компанії і створення стійкого страхового портфелю.

Алгоритм моделі управління фінансовою стійкістю страхової компанії буде мати такий вигляд (рис. 1):

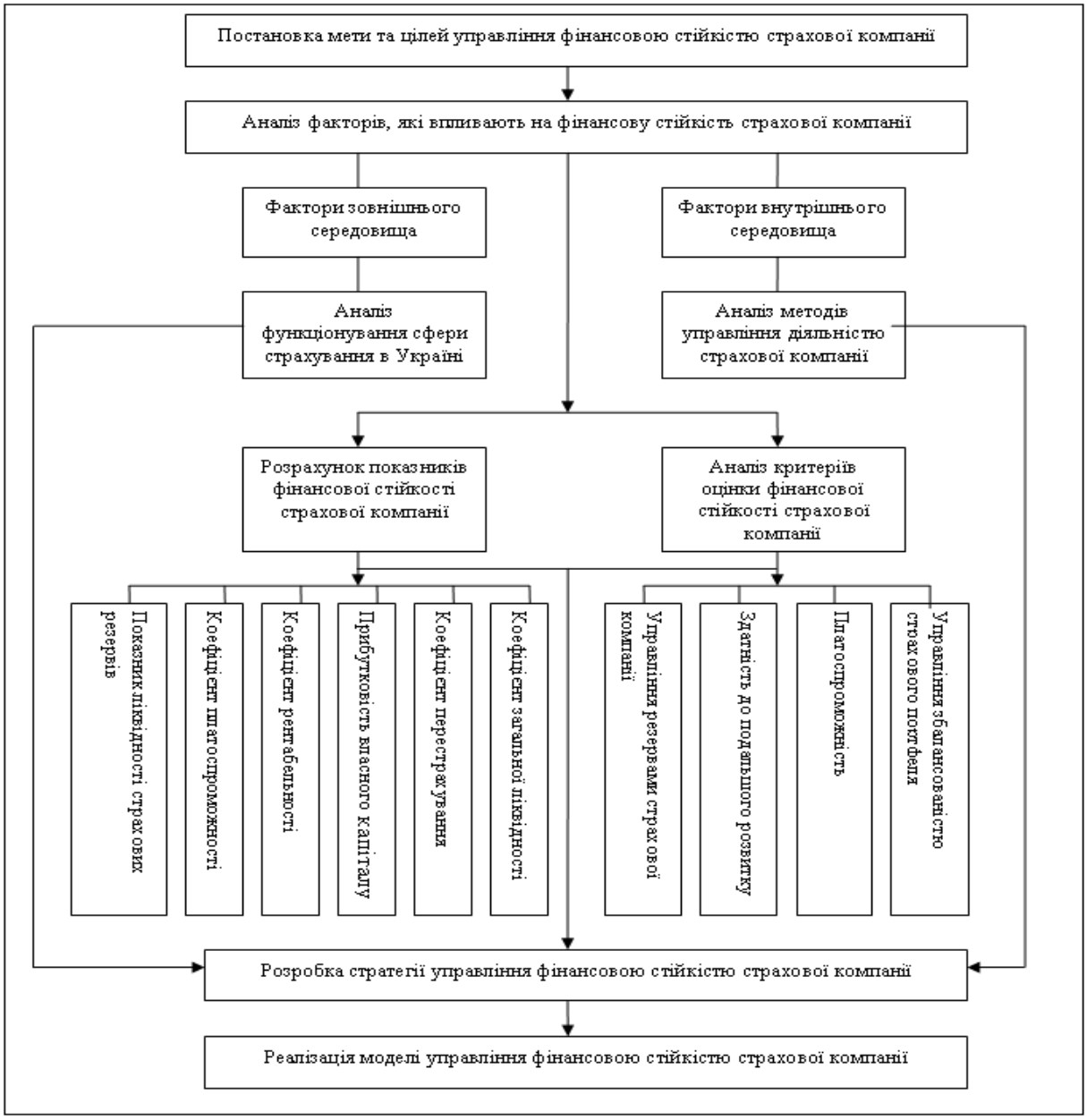


Рис. 1 Модель управління фінансовою стійкістю страхової компанії

Реалізація даної моделі управління фінансовою стійкістю дозволить забезпечити керівництву можливість прийняття обґрунтованих рішень, щодо покращення функціонування та розвитку страхової компанії.

Використана література

1. Bir. S Cybernetics and management Пер. с англ. А.Б. Челюсткина: Кибернетика и менеджмент Изд.2-е. – М.: КомКнига, 2006. – 280 с.

2. Бланк И.А. Управление капиталом: Учебный курс. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 575 с.

Секція 3. ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

УДК 339.138
Тетяна Борисова, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

МАРКЕТИНГ У НЕКОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНА ПРАКТИКА

Анотація. Здійснено порівняльний аналіз вітчизняної та закордонної практики маркетингу у некомерційних організаціях, визначено ключові проблеми маркетингу українських підприємств третього сектору, запропоновані варіанти їх вирішення.
Ключові слова: *некомерційна організація, маркетинг, третій сектор, соціальний маркетинг.*

Tetyana Borisova

MARKETING IN NON-COMMERCIAL ORGANIZATIONS: FOREIGN EXPERIENCE AND DOMESTIC PRACTICE

Abstract. The domestic and foreign experience of marketing in non-commercial organizations, and certainly key problems of marketing of the Ukrainian enterprises of the third sector are generalized here, and variants of their decision are offered in the article.
Keywords: *noncommercial organization, marketing, third sector, social marketing.*

В сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки ринок некомерційних послуг відіграє значну роль в економічних перетвореннях, оскільки спрямований на забезпечення зростання якості життя населення та розвитку соціальної сфери, а також стимулювання самозайнятості населення у сфері малого бізнесу.

Процес організації, функціонування та розвитку ринку некомерційних послуг в Україні тісно пов'язаний із маркетинговою діяльністю, яка є вагомим та ефективним інструментом взаємодії суб'єктів даного ринку. Зазначене зумовлює необхідність удосконалення маркетингової діяльності некомерційних організацій, яких в Україні на сьогодні налічується більше 4 000.

Науковим дослідженням проблем розвитку маркетингу у сфері некомерційних організацій присвячені наукові праці П.Друкера, Ф.Котлера, В. Альошина, С. Андрєєва, Є. Смірнової та багатьох інших. Віддаючи належне науковим напрацюванням вчених-економістів з даної проблематики, слід зауважити, що в умовах динамічного розвитку третього сектору існує потреба в подальшому дослідженні теоретичних підвалин та практичних аспектів щодо вдосконалення та активізації діяльності вітчизняних некомерційних організацій на засадах маркетингу. Зазначене обумовило вибір теми дослідження та його мету, а саме дослідити та порівняти зарубіжний та вітчизняний досвід некомерційних організацій у сфері маркетингу. В контексті мети основні завдання дослідження визначені так: здійснити порівняльний аналіз вітчизняної та закордонної практики маркетингу у некомерційних організаціях, визначити ключові проблеми маркетингу українських підприємств третього сектору, запропонувати варіанти їх вирішення.

Проведений аналіз зарубіжного досвіду вирішення проблем маркетингу послуг некомерційних організацій свідчить, що головними особливостями розвитку маркетингу підприємств третього сектору в розвинутих країнах є:

- недостатнє розуміння сутності та принципів маркетингу керівництвом та іншими працівниками, і як наслідок, вузький маркетинговий інструментарій, котрий переважно зведено до рекламної діяльності. Так, за даними досліджень, проведеними С. Долнікар та К. Лазаревскі в 2009 році у США, Австралії та Великій Британії, у цих країнах більшість респондентів основними компонентами маркетингу вважають рекламу, створення іміджу, медіа-відносини, зв'язки з громадськістю та організацію заходів. При цьому фандрейзингу та медіа-відносинам надається найбільша вагомість серед компонентів маркетингу. Для порівняння: українські респонденти до основних елементів маркетингу відносять створення іміджу, рекламу, зв'язки з громадськістю, стратегічне планування та сегментування;
- відсутність ґрунтовної фахової підготовки працівників некомерційних організацій, котрі працюють у сфері маркетингу. Так, за даними цих же досліджень, лише 18% респондентів-працівників у сфері маркетингу некомерційних організацій вивчали маркетинг в університеті. Стосовно вітчизняного ринку некомерційних послуг, то тут схожа ситуація: за даними досліджень, проведених у 2011 р. Інститутом лідерства та управління, в ході якого було вивчено 219 організацій, 52 % респондентів вивчали маркетинг, з них 37% в університеті, тобто, біля 19 % респондентів вивчали маркетинг в університеті. Це, на нашу думку, є однією з найважливіших проблем розвитку маркетингової діяльності і зарубіжних, і вітчизняних некомерційних організацій;
- значно слабший вплив ринкових сил на діяльність некомерційних організацій, котрі діють на території України, порівняно із аналогічними суб'єктами в розвинутих країнах. Так, ринкові сили в США, Великій Британії, Австралії є більш впливові за національні відмінності у законодавстві, що створює передумови до ефективного використання маркетингових інструментів для взаємодії із суб'єктами ринку.

Аналіз сучасної вітчизняної та зарубіжної економічної літератури дозволив виокремити такі ключові проблеми розвитку маркетингової діяльності некомерційних організацій:

- використання концепції інтенсифікації комерційних зусиль у взаємодії із цільовими споживачами послуг;
- низька фахова підготовка персоналу у сфері маркетингу;
- відсутність контролю керівництва некомерційних організацій за всіма маркетинговими інструментами внаслідок специфіки взаємовідносин із донорами та державними органами;
- асиметрія у використанні інструментів маркетингу, зведення їх переважно до реклами та зв'язків з громадськістю;
- невикористання чи слабке використання решти важливих елементів маркетингу у діяльності некомерційних організацій.

Для їх вирішення доцільно здійснити наступне:

- визначати та враховувати інтереси та запити цільових споживачів при формуванні маркетингових заходів, зокрема, здійснювати маркетингові дослідження, використовувати STP-маркетинг, сформувати зворотній зв'язок із споживачами послуг тощо;
- підвищувати кадровий маркетинговий потенціал організації шляхом навчання та покращення технічного забезпечення;
- створити механізм забезпечення маркетингової діяльності некомерційних організацій на рівні регіону та держави.

Отже, запропоновані шляхи вирішення ключових проблем розвитку маркетингової діяльності некомерційних організацій дадуть змогу удосконалити організування маркетингової діяльності цих організацій та підвищити її соціальну ефективність.

УДК 658
Оксана Бурліцька, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ТОРГОВОЇ МЕРЕЖІ

Анотація. У дослідженні розглянуто процес впровадження комплексу маркетингу як одного із складових управління торговою мережею в сучасних умовах господарювання.
Ключові слова: *маркетингова політика, маркетингові комунікації, конкурентоспроможність, асортимент, власна торгова марка, сегментація.*

Oksana Burlitska

MARKETING APPROACH IN RETAIL MANAGEMENT

Abstract. In research is considered the implantation of marketing complex in retail. Analyzed this complex is one of constituents in the retail management.
Keywords: *marketing policy, marketing communications, competitiveness, assortment, own trade mark, segmentation.*

На даному етапі розвитку продовольчої роздрібної торгівлі України спостерігається динамічне зростання частки торгових мереж у її структурі. Це посилює конкурентну боротьбу як між торговими мережами в цілому, так і між торговими мережами та іншими форматами торгівлі. Успішна діяльність роздрібної збутової структури, в першу чергу, залежить від досвіду роботи торгової мережі, дослідження та аналізу специфіки ринку, побудови ефективної політики комунікацій та чіткого дотримування торгових технологій. Ці принципи роботи використовуються в системі управління у більшості торгових структур. В свою чергу, всі торгові мережі надають практично однакові послуги за приблизно однаковою вартістю. Тому для стійкого розвитку мережі, утримання завойованих ринкових позицій та підвищення конкурентоспроможності необхідно вести нецінову конкурентну боротьбу. В цьому контексті актуалізується процес забезпечення ефективної системи маркетингу у торгових мережах, до якої відноситься впровадження нецінових конкурентних факторів.

Аналіз наукової літератури показав, що дослідженням управління маркетинговою політикою торгових мереж займались зарубіжні вчені та науковці: Сидоров Д. В., Єсютін А. А., Карпова Є. В., Хасіс Л. А., С. Пашутін. Серед вітчизняний науковців цю проблематику досліджували: О. Марченко, О. Кавун, Т. Пікуш тощо. Проте питання впровадження ефективної маркетингової системи у торгових мережах, які діють на території України, потребують подальшого дослідження.

Загальна система управління маркетингом у торговій мережі включає декілька основних блоків.

1) Управління товарною політикою – це система заходів за контролем якості продукції, підтримки конкурентоспроможності та управління життєвим циклом товару.

2) Управління асортиментною політикою, яка включає впровадження інновацій, розробку власних торгових марок (Private Label), управління ринковою атрибутикою та надання сервісу споживачам.

3) Процес ціноутворення, що передбачає вивчення ринку, аналіз попиту та пропозиції, аналіз цінової політики конкурентів.

4) Управління політикою розподілу товару, що складається із вивчення та управління каналів товароруху, впровадження системи логістики у торговій мережі.

5) Управління маркетинговими комунікаціями – це система управління рекламною діяльністю, формування іміджу компанії та зв'язків із громадськістю.

Згідно досліджень у розвинених країнах, власні торгові марки займають в загальному обсязі товарообігу торгових мереж 15% . Більшість вітчизняних торгових мереж поки не створюють або залишаються на етапі впровадження власних торгових марок. Основними причинами того, що українські торгові мережі не поспішають впроваджувати торгові марки, є наступні: створення та реклама власних торгових марок потребують значних коштів; створення торгових марок в більшості випадків орієнтується на самі низькі товарні категорій, а відповідно – найменш прибуткові; економія на упаковці та дизайні товарів власних марок призводить до низького розпізнавання продукту і, як наслідок, зменшення обсягів продажу.

Нами було визначено основні рекомендації по впровадженню власних торгових марок для вітчизняних торгових мереж: розробка маркетингової стратегії, яка буде включати поступове виробництво власних торгових марок та просування їх на зовнішні ринки; створення окремої управлінської структури, яка буде відповідати за виробництво торгових марок, підтримувати маркетингові дослідження та виробничо-лабораторну базу; просування власних торгових марок за схемами, які відпрацьовані світовими брендами (рекламна діяльність, проведення акцій, створення позитивного іміджу через ЗМІ тощо).

Отже, важливо зіставляти внутрішні можливості торгової мережі, її ресурси із можливостями ринку. Практика свідчить, що системи управління вітчизняними торговими компаніями недосконалі у правильному підході до визначення цільового сегмента та основних конкурентів, недостатньо підтримується політика ціноутворення, що не дозволяє гарантувати комерційний успіх підприємства. До ефективного управління асортиментною політикою входить політика розповсюдження власних торгових марок: конкурентна стратегія розповсюдження товарів власного бренду є вирішальним фактором при формуванні асортименту продукції, значення цього фактора дедалі більш посилюються. Багато покупців цінують можливість покупки товарів під власним брендом за доступнішою ціною, ніж ті товари, які продаються під брендами відомих торгових виробників, які можна купити в інших магазинах. Це приносить більшу користь торговим мережам. З одного боку, збільшення продаж можна досягти за допомогою концентрації товарів власних марок на міжнародному ринку; з іншого – через збереження певного кола постійних клієнтів, запропонувавши їм альтернативу у вигляді вигідного поєднання ціни та якості на товари, які продаються під відомими торговими марками. Для підтримки відповідного рівня конкурентоспроможності українські торгові мережі повинні впроваджувати світові стандарти торгівлі, до яких належать: широкий асортимент та гарантована якість товарів та послуг, постійне оновлення асортименту, сучасні методи продажу, високий рівень сервісу тощо. У багатьох торгових мережах не надаються такі послуги, як безкоштовна доставка товарів, наявність достатньої кількості місць для паркування.

Більшість вітчизняних мереж впроваджують накопичувальні дисконтні картки, але жодна не розробляє спеціальних програм, які підіймають рівень лояльності споживачів. Для подальшого розвитку та збереження ринкових позицій торговельним мережам потрібно розширювати спектр послуг та впроваджувати ефективні програми лояльності для клієнтів.

УДК 658. 338

Андрій Голда, аспірант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Анотація. Обов'язковою умовою ефективного функціонування ринкового механізму є конкуренція. Вона представляє своєрідну форму змагання суб'єктів ринкової економіки щодо мінімізації витрат та максимізації прибутків, сфери інвестування та напрямків міграції капіталів, урізноманітнення джерел отримання ресурсів, підвищення якості продукції.

Ключові слова: *конкурентне середовище, конкурентна стратегій, конкурентна позиція. конкурентоспроможність.*

Andriy Golda

COMPETITIVE POSITION OF BUILDING COMPANIES

Abstract. An obligatory condition for the effective functioning of market mechanism is competition. It represents a form of racing subjects of the market economy to minimize costs and maximize profits, investment and migration trends of capital, diversification of sources of resources, improving product quality.

Keywords*: competitive environment, competitive strategies, competitive position. competitiveness.*

Суттю формулювання стратегії конкуренції є взаємозв'язок компанії та її зовнішнього середовища. Структура будівельної галузі має істотний вплив на визначення правил конкурентної гри, а також потенційних стратегій фірми. Чинники за межами галузі мають переважно відносне значення; оскільки зовнішні фактори, як правило, впливають на всі фірми галузі, справа полягає в різних можливостях будівельних фірм пристосовуватися до цього впливу.

Інтенсивність конкуренції в будівельній галузі не є ані збігом обставин, ані невезінням. Швидше, конкуренція в галузі виростає з фундаментальної економічної структури останньої і означає щось значно більше, ніж поведінка існуючих конкурентів. Стан конкуренції в галузі залежить від певних чинників, сукупний вплив яких визначає потенціал граничного прибутку в галузі, де потенціал прибутковості вимірюється в показниках довгострокової віддачі від інвестованого капіталу. Не всі галузі мають однаковий потенціал. Вони істотно відрізняються за своєю граничною прибутковістю, оскільки відрізняється сукупний вплив чинників конкуренції; останні коливаються від інтенсивних до відносно стабільних.

Локалізація пошуку необхідна для зменшення обсягу другорядної аналітичної роботи. Важливо правильно окреслити границі розглянутого ринку, виділити найбільш значимих конкурентів, діагностувати їхні цілі і наміри, що дасть можливість цілеспрямовано проводити наступні аналітичні процедури.

Конкурентні переваги тісно зв'язані з конкретними географічними будівельними ринками. Їхнє правильне визначення є необхідною умовою коректності наступних процедур пошуку. При виборі географії доцільно враховувати ряд факторів.

Формування списку конкурентів. Для вивчення конкуренції на виділеному географічному ринку необхідно визначити, які саме підприємства-конкуренти найбільшою мірою перешкоджають реалізації цілей аналізованого будівельного підприємства. Використовуються різні прийоми вибору.

1 Вибір найближчих конкурентів. У список входять конкуренти, що роблять аналогічну продукцію, обсяг реалізації яких у натуральному і вартісному вираженні ближче усього до відповідного значення розглянутого підприємства. Такий підхід найбільш продуктивний при великій кількості конкурентів, коли на ринку панує переважно монополістична конкуренція. У цьому випадку висновки: будуть стосуватися поточних, позиційних переваг. Їх не можна поширювати на віддалену перспективу і тим більше будувати на їхній основі стратегічні плани.

У той же час в умовах олігополістичної конкуренції найближчим (головним) конкурентом може бути одне підприємство. У такій ситуації успіх конкурента однозначно негативно позначається на діяльності розглянутого підприємства і навпаки. Таким чином, вивчення головного конкурента може дати необхідну і достатню інформацію для пошуку мір протидії як у тактичному, так і в стратегічному аспекті.

2. Вибір більш могутніх конкурентів. Вибираються підприємства більш могутні у фінансовому відношенні, ринкова частка яких вище. Звичайно це будівельні підприємства, що визначають характер конкурентної боротьби і мають, явні конкурентні переваги. Вивчення даних конкурентів дозволяє будувати моделі найбільш ефективного конкурентного поводження на ринку і розробляти засобу їхньої реалізації (імітація, пошук нових шляхів, конфронтація з лідером і т.д.).

3. Вибір будівельних підприємств, що володіють значною сумарною часткою на ринку.

Як правило, це найбільш представницька частина підприємств (сумарна частка ринку >50%), що визначають основні тенденції і традиції даного ринку. Аналіз на основі такої бази більш повний і трудомісткий. Він дозволяє деталізувати висновки щодо конкурентних переваг для різних кон'юнктурних ситуацій і розробляти широкий спектр дії як атакуючої, так і оборонного характеру.

4. Вибір усіх діючих конкурентів у рамках географічних границь ринку дає можливість провести системний аналіз конкуренції в галузі за рахунок повноти і відображення складу розглянутих об'єктів. Результати аналізу можуть використовуватися для визначення стратегічних конкурентних переваг.

5. Вибір усіх можливих конкурентів. Крім діючих підприємств у цю групу входять і потенційні конкуренти, що можуть у найближчій перспективі з'явитися на аналізованому ринку:

– споруджувані виробництва;

– підприємства, що не працюють у розглянутому бізнесі, але здатні перебороти вхідний бар'єр без істотних утруднень виробничої потужності, що можуть бути перепрофільовані без значних витрат часу і ресурсів;

– фірми інноваційного характеру, що виявляють себе неординарними, важко передбачуваними діями;

– підприємства, для яких конкуренція на аналізованому ринку є логічним продовженням існуючого бізнесу;

– споживачі і постачальники продукції, що прагнуть зробити більш повними свої технологічні ланцюги «постачання - виробництво - реалізація - обслуговування»;

– нові фірми, що утворилися в результаті придбання аутсайдерів даної галузі великими компаніями з інших галузей;
– нові спільні виробництва.

УДК 658. 338
Надія Голда, к.е.н, доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Туризм на сучасному етапі економічного розвитку є одним із найбільш високоприбуткових і динамічних секторів світової економіки, яка невпинно розвивається. Комплексність туризму передбачатиме вивчення продуктової політики, політики формування цін на туристичні послуги, вибору оптимальних каналів розповсюдження, методів просування та реклами.
Ключові слова: *туризм, рекламна діяльність, конкурентна позиція, туристична індустрія.*

Nadiya Golda
ADVERTISING ACTIVITY TRAVEL COMPANIES

Abstract. Tourism at the present stage of economic development is one of the most profitable and dynamic sectors of world economy, which is constantly evolving. The complexity of tourism will include the study of food policy, policy pricing for travel services, choosing the best distribution channels, methods of promotion and advertising.
Keywords*: tourism, advertising, competitive position, the tourism industry.*

З метою більш повного підходу до рекламної діяльності туристичних підприємств розглянемо його продуктову політику і зупинимося на окремих видах туризму. Ю.Правик розділяє туристичні послуги на провідні, до яких відносить лікування в оздоровчому турі; навчання в бізнес-турі; організація покупок у шоп-турі; участь у спортивних заходах у спорт-турі; відвідування паломницьких місць у релігійному турі та додаткові, що забезпечують проведення туру до яких належать візова підтримка, оформлення авіаквитків і багажу, доставка туристів, страхування.

Формування туристичного продукту передбачає проведення маркетингового дослідження ринку з метою визначення потенційних споживачів та планування туру, що забезпечує створення конкурентоспроможного туристичного продукту.

У Законі України «Про туризм» подано наступне визначення тур-продукту, як попередньо розробленого комплексу туристських послуг, який поєднує не менш ніж дві такі послуги, що реалізуються за визначеною ціною до складу якого входять послуги перевезення, розміщення та інші туристські послуги. Отже, можна зробити висновок, що туристичний продукт уособлює сукупність матеріальних і нематеріальних благ, які використовуються для обслуговування туристичних маршрутів.

Організація діяльності підприємств туристичної індустрії полягає у забезпеченні між різними структурами формування , просування на ринок і реалізація туристичного продукту, а також наскрізного управління матеріальними та фінансовими потоками Враховуючи ринковий попит туристичне підприємство визначає зміст туристичного продукту до якого входять наступні дані: вид туризму, країна куди подорожують, маршрут, загальна кількість турів, пакет послуг. Кожен із видів туризму передбачає програму обслуговування, яка потребує індивідуального підходу до обслуговування, рівня комфортності та відповідності між програмою обслуговування та її метою.

Розглянемо особливості реклами у туристичному бізнесі. В туризмі, як і в інших сферах людської діяльності, успіх залежить від попиту на послуги. Реклама на основі цілого ряду психологічних механізмів здатна формувати нові потреби, а також впливати на попит і одна з функцій реклами це допомогти розібратися споживачу у своїх бажаннях.

В туризмі реклама як інструмент маркетингу спирається на масову комунікацію, де процеси сприйняття і спілкування превалюють над інформаційною стороною; де об'єкти опису більш вкорінені в психологію людей, яка не укладається в раціонально-логічні схеми. У цих випадках потрібне доповнення активної, впливаючої сторони маркетингу такими системами, які схоплюють нераціональність, інтуїтивність людини. Маючи на увазі способи дії реклами в туризмі, говорять про раціональну і емоційну рекламу. Якщо перша робить наголос на розум туриста, приводить переконливі докази, а щоб підсилити і підкріпити враження від сказаного, використовує спонукаючі та переконуючі малюнки, каталоги, буклети, то друга викликає підсвідомі емоції, думки, відчуття, вона впливає через асоціацію ідей, відтворення обстановки; наприклад створення в готельних номерах домашнього затишку через малюнок і звук.

В туризмі при складанні рекламного повідомлення, з точки зору психології, необхідно врахувати структуру рекламного повідомлення, яке доцільно розкласти на три структурних складових: текст, який може бути або звуковим, або знаковим; денотативна складова, що передає безпосереднє зображення і конотативна складова, яка сприяє виділення споживачем сенсу зображення. Також при створенні реклами, враховують те, що сила дії повідомлення лише приблизно на 20% залежить від його сенсу. Тому акцент ставиться на характеристики повідомлення, які свідомо не сприймаються споживачем, такі як звукові, візуальні, змішані. Це пов’язано з тим, що споживач, при сприйнятті рекламного повідомлення не розкладає своє сприйняття на свідоме і підсвідоме, тобто на рівні впливу на свідомість не аналізується інформація на корисну і некорисну. Апелюючи до психології сприйняття, реклама туристичного продукту, кожна її складова, інтерпретується споживачем і несе інформацію. В рекламі туризму необхідно використовувати моменти, які є найбільш природними і на перший погляд не переконують зробити певну дію одразу, а апелюють до емоцій споживача, тобто працює денотативная складова зображення. Споживач, сприймаючи текст рекламного повідомлення, починає інтерпретувати в потрібному напрямі. Відбувається дія конантивної складової. Бажаючи підсилити дію реклами необхідно роздільне її проектування на слух, зір і відчуття тіла, тобто використати в одній рекламній кампанії декілька рекламоносіїв, відповідно і видів реклами, які збільшать ефективність її використання.

Керівники туристичних підприємств, при організації бізнесу повинні вивчити поведінку споживача. Необхідно вміти оцінити поведінку туристів, яка розрізняється по двох аспектах: час, витрачений на пошук необхідної інформації, і маршрути які він вибирає уже в туристичній фірмі. Загалом, взаємодія реклами і психології очевидна, і виявляється вона, перш за все, через споживчу поведінку.

Особливе місце при формуванні рекламних звернень, які спрямовані на реалізацію туристичних продуктів, займають споживчі мотиви. Вони можуть бути сильними і слабкими, постійними і тимчасовими, позитивними і негативними. До мотивів, які використовують у створенні рекламних звернень туристичних продуктів та підприємств можна віднести: естетичні мотиви. В цьому випадку особливу увагу потрібно приділити зовнішньому вигляду туристичної фірми, привабливості інормаціно-роздаткового матеріалу, оригінальності колірного рішення, можливості

гармонійного поєднання з іншими видами відпочинку. Мотиви престижу. Вплив цих спонук позначається в певних соціальних групах. В рекламні туристичних підприємств необхідно поєднувати декілька мотивів, що дозволить впливати на велику аудиторію.

УДК 65.050
Ольга Дячун, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПОКАЗНИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Визначено склад показників узагальнюючих результатів маркетингової діяльності підприємств.
Ключові слова: *частка ринку, рентабельність, маркетингові затрати, маркетинговий аналіз.*

Olga Djachun

INDICATORS THAT INFLUENCE THE MARKETING ACTIVITIES OF THE COMPANY

Abstract. Determined the composition of indicators generalizing results marketing activities of enterprises
Keywords: *market share, profitability, marketing costs, marketing analysis.*

Успішна маркетингова діяльність промислових підприємств вимагає всебічного її аналізу. Це стосується не тільки аналізу окремих напрямків маркетингової діяльності промислових підприємств, але, і в значній мірі, її кінцевих результатів.

Маркетинговий аналіз взагалі і в т.ч. узагальнюючих результатів діяльності підприємств нині ще повність не оформився в окрему науку.

При вияснені складу показників узагальнюючих результатів маркетингової діяльності варто врахувати, що вона характеризується як кількісними, так і якісними параметрами. До перших, на нашу думку, відносять:

- обсяг продажу у вартісному виразі;
- величина прибутку від реалізації товарів;
- розмір затрат на здійснення маркетингової діяльності.

Такі показники, як рівень рентабельності та частина ринку, яку займають підприємства, відносять до групи якісних.

Відповідно вказані показники і повинні бути об’єктом маркетингового аналізу узагальнюючих результатів діяльності підприємства.

Існують різні показники рентабельності (рентабельність продажу, рентабельність інвестованого капіталу, рентабельність сукупного капіталу, рентабельність власного капіталу і т.п.). Для цілей аналізу про який ведеться мова в даній статті, найбільш придатним показником є рентабельність продажу (Рп):

Вона розраховується за формулою:

$$Р_{п} = \frac{П_{п} \cdot 100}{ОП},$$

де $П_{п}$ – величина прибутку від продажу, млн. грн.;
ОП – обсяг продажу, млн. грн.

Аналіз рентабельності доцільно проводити в наступній послідовності:

a) Встановлюється рівень виконання планових показників рентабельності;

b) Розглядаються показники рентабельності в динаміці, виявляються їх зміни як до базового періоду так і попереднього року

c) Встановлюються фактори, які викликали відхилення цього показника у звітному році від його планового значення та розраховується конкретний їх вплив.

Маркетинговий аналіз часток ринку рекомендується проводити в такі етапи:

- Розрахунок показників часток на ринку у звітному році та їх порівняння з величиною намічених завдань;

- Визначення показників часток ринку у динаміці (як правило за п`ять років) та їх відносної зміни

- Виявлення факторів зменшення (зростання) часток ринку;

Такими факторами можуть бути посилення конкурентної боротьби на ринку, поява нових фірм-конкурентів, банкрутство конкурентів, зростання (зменшення) місткості ринку і неадекватна зміна позицій даного підприємства на ньому та інші.

Для отримання більш повної характеристики стану підприємства на ринку аналіз часток необхідно здійснювати не тільки в цілому, але й в розрізі видів ринків та регіонів. Таке його поглиблення дозволить виявити ринково-регіональні резерви покращення маркетингової діяльності підприємства.

УДК 658. 338

Юлія Кулик, магістр
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Анотація. Маркетингове дослідження ринку дозволяє виявити канали просування товару на ринку, стан конкурентного середовища, домінуючих фінансово-економічних показників і основних споживчих переваг на користь існуючих торгових марок (брендів), а також відобразити асортимент товару, представленого в даному сегменті ринку.

Ключові слова: м*аркетингове дослідження, маркетингове середовище, первинна інформація, вторинна інформація.*

Yuliya Kulik

FEATURES OF MARKETING RESEARCH

Abstract. Market Research allows you to identify the channels of moving goods in the market, the competitive environment, the dominant financial and economic indicators and basic consumer preferences in favor of existing brands (brands), along with a range of products presented in this market segment.

Keywords*: market research, marketing environment, the primary information, secondary information.*

Активізація підприємницької діяльності, забезпечення життєдіяльності фірми в умовах розгортання конкуренції на ринку неможливі без попереднього проведення маркетингового дослідження, виявлення сприятливих можливостей і бар'єрів у зовнішньому середовищі, пов'язаних з реалізацією цілей фірми.

В першу чергу потрібно вивчити маркетингове середовище фірми - економічний потенціал, чинне законодавство відносної підприємницької діяльності,

системи оподаткування, ознайомитись з фінансово-господарською і зовнішньоекономічною діяльністю фірми, на базі якої проводиться маркетингове дослідження.

Без виявлення проблем даної фірми в процесі її функціонування в поточному періоді, а також пов'язаних із забезпеченням перспективних цілей, неможливо визначити завдання маркетингового дослідження і напрямки його проведення. Власне цілі і завдання даного дослідження виступають орієнтирами в пошуку необхідних інформаційних джерел - внутрішніх і зовнішніх.

Мета дослідження - це загальна постановка задачі, що визначається стратегічними цілями даної фірми, вирішення якої дозволяє знизити рівень невизначеності в процесі прийняття управлінських ішень.

Сукупність окремих задач, що випливають з основної задачі, можна розглядати як конкретну проблему, для розв"язання якої проводиться дане маркетингове дослідження. Зокрема, проблеми можуть бути пов'язані з рівнем насиченості ринку і падінням обсягу продаж в умовах конкуренції.

Кожне підприємство має власні цілі маркетингової діяльності. Вони можуть виражатися в кількісних показниках (обсяг продажу, процент росту прибутку,частка на ринку та ін.), а також в якісних характеристиках (місце в галузі, інноваційний рівень, імідж і ін.).

В якості важливих внутрішніх джерел інформації виступають джерела вторинної інформації, зокрема, результати фінансового аналізу фірми. Важливо встановити, чи можливий розвиток фірми при збереженні цієї самої фінансової політики, чи необхідно проводити диверсифікацію виробництва під нові товари, щоб вийти на нові ринки.

Планування кабінетних досліджень передбачає визначення джерел збору внутрішньої і зовнішньої вторинної інформації. Для збору внутрішньої вторинної інформації доцільно переглянути фінансові звіти підприємства, кошторис витрат на виробництво і збут продукції, калькуляції собівартості, відомості про запаси готової продукції, обсяги її збуту по регіонах, асортиментних групах, періодах року тощо.

Планування збору зовнішньої вторинної інформації базується на різноманітних джерелах, як державних, так і комерційних. І хоча в Україні сьогодні ще не існує розвиненої і впорядкованої інформаційної бази для проведення маркетингових досліджень, притаманної розвиненим країнам світу, велику кількість зовнішньої вторинної інформації можна отримати з галузевих видань, газет, довідників.

Багато інформації про конкурентів можна отримати з аналізу їх рекламних оголошень у різних засобах масової інформації.

Наступним етапом дослідження є збір первинної маркетингової інформації в ході проведення польових досліджень. При їх плануванні необхідно вибрати методи збору інформації. В нашому випадку доцільно використовувати опитування, а також спостереження. При плануванні опитування необхідно розробити анкету і опробувати її з метою подальшого доопрацювання. При складанні анкети слід використовувати різні типи як закритих, так і відкритих запитань.

Найбільш поширені серед закритих запитань:

- альтернативне запитання (передбачаються відповіді "так" або "ні");
- запитання з вибірковою відповіддю (пропонуються три чи більше варіантів відповідей на вибір);
- запитання за шкалою Лайкерта (запитання з пропозицією - вказати ступінь згоди чи незгоди із сутністю зробленої заяви);
- запитання з оціночною шкалою (ознака ранжується за оцінками від "незадовільно" до "відмінно.

Найбільш поширені серед відкритих запитань:

- запитання без заданої структури (абсолютно вільна відповідь);
- завершене речення (респондентові пропонують завершити розпочате речення);
- підбір словесних асоціацій (опитуваному називають по одному слову і просять у відповідь назвати перше слово, що спало на думку). При складанні анкет слід дотримуватись логічної послідовності у постановці запитань.

Складні чи делікатні запитання доцільно розташовувати у другій половині анкети. Після опробування анкети на знайомих і колегах її доцільно доопрацювати, лише тоді вона може вважатись готовою до використання у дослідженні. Найбільш поширений спосіб зв'язку з аудиторією в процесі збору даних є особистий контакт. Можливе використання телефонного інтерв'ю.

Перед вибором методу вибіркового дослідження необхідно визначити можливість розбиття генеральної сукупності на підгрупи. Це є так званний процес стратифікації або групування. Групи повинні відрізнятися однорідністю за певною ознакою.При формуванні вибірки слід визначити склад і характеристики генеральної сукупності, враховуючи певні умови.

Результат дослідження атрибутивної вибірки в контексті перевірки на відповідність виражається за допомогою показників "рівень довір'я" і "точність".

УДК 339.13

Оксана Міщук, ст. викладач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ЕФЕКТИВНИЙ ІМІДЖ ОРГАНІЗАЦІЇ

Анотація. Розглянуто напрям діяльності паблік рилейшнз. Описано головну відмінність іміджу від психологічного образу, основні його характеристики, ознаки формування іміджу.

Ключові слова: *паблік рилейшнз, діяльність, організація, імідж, інформація, психологічний образ, зв'язки, товар.*

Oksana Mishchuk

EFFECTIVE IMAGE OF THE ORGANIZATION

Abstract. We consider the direction of public relations. We describe the main difference between the image of mental image, its main characteristic features of image formation.

Keywords: *public relations, activities, organization, image, information, psychological image, relationships, good.*

Одним з важливих напрямків PR (паблік рилейшнз) - діяльності є формування позитивного або ефективного іміджу організації. Сучасна організація, створена для конкретних цілей, здійснює свою діяльність в умовах різноманітних взаємодій і взаємозв'язків, в оточенні, що мають різні інтереси - економічні, правові, соціальні та ін Організація постійно перебуває в системі різноманітних впливів, які, безсумнівно, впливають на її діяльність і прийняті рішення. Тому регулювання цих складних взаємодій і є однією з важливих функцій організації, обумовлює успішність її діяльності. Така регуляція відносин з іншими організаціями, групами, громадськістю в основному спрямована на досягнення взаємної довіри. Тому будь-яка робота зі зв'язків з громадськістю повинна починатися зі створення позитивного іміджу організації, його

моніторингу та розвитку. Поняття «імідж» походить від латинського imitari, що означає «імітувати». Згідно з тлумачним словником Вебстера, імідж - це штучна імітація чи вручення зовнішньої форми будь-якого об'єкта. Він є розумовим уявленням про людину, товар чи університет, цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою паблісіті, реклами або пропаганди.

Імідж можна цілеспрямовано формувати, уточнювати або переробляти з допомогою модифікації діяльності, вчинків і заяв соціального суб'єкта.

Імідж - це «все і всі, хто має хоч якесь відношення до компанії і пропонованим його товарах і послугах. Імідж - це враження, вироблене людиною, компанією або інструментом на одну або кілька груп суспільства.

Імідж створюється тривалими і цілеспрямованими зусиллями в сфері PR - зв'язків з громадськістю, у сфері реклами, в області відносин з клієнтами, в області етики поведінки, формування та підтримки репутації.

Імідж - тендітне явище: достатньо клієнтові один раз купити не якісний товар або натрапити на неетичну поведінку співробітника фірми, як репутація в очах клієнта різко падає, і він сам, а іноді і його друзі втрачені для фірми як клієнти. Перш ніж зупинитися на психологічному змісті категорії іміджу, умови, фактори і методи формування ефективного іміджу, задамося питанням - а чому, власне мова йде про імідж організації, а не про її образ, репутацію або престиж?

Імідж це заявлена (ідеальна) позиція тобто така, яку персона або організація спланували і мають намір просувати (просувають) в цільові групи. Репутація - сприйнята аудиторіями (дійсна) позиція, «сухий залишок» іміджу. Таким чином, заходи з конструювання іміджу - це позиціонування власної репутації. Будь-яка структура або персонал зацікавлена в максимальній ідентичності цих понять, в реальності ж вони більшою чи меншою мірою різняться. Імідж не просто психологічний образ, він має цілком певні властивості, які не афішуються. Це випливає з загально прийнятого визначення іміджу. Щоб стати зрозумілим для всіх (для переважної більшості або спеціально виділеної частини громадськості), стереотипи (у якості яких можуть виступати певні оцінки, судження, що набувають форму понять) не повинні бути занадто багатогранними і різноманітними. Вони повинні абстрагувати від деталей, доступних лише фахівцям, і передавати суть події чи явища одним словом, пропозицією, малюнком, зрозумілим усім або більшості. Дія іміджу заснована на сильному емоційному враженні, коли знижуються механізми свідомого контролю. Ось в чому головна відмінність іміджу від психологічного образу, які відображають характеристики кого-небудь або чого-небудь.

Імідж психологічний образ, хоча і спеціально сконструйований, маніпулятивний, що має характер стереотипу. Імідж - об'єкт ідеальний, що виникає в свідомість людей, і він не належить прямому вимірюванню, оцінити його можна лише по їхнім стосункам, які проявляються в спілкуванні, діяльності, виборі, тому при створенні іміджу необхідно проводити моніторинг та вивчати реакції на нього; Ефективний імідж цілісний і несуперечливий, відповідає однозначним узагальненим уявленням; Як ідеальне утворення імідж не стійкий, його постійно треба «підкріплювати» рекламою або різноманітними цільовими PR акціями; Як стереотип імідж містить обмежене число компонентів: складність конструкції тільки заважає його сприйняттю, отже, робить відношення до нього не однозначним; Імідж, хоча і є ілюзорним, в якійсь мірі реалістичний: явне прикрашання переваг призведе до зниження довіри; Імідж прагматичний, тобто, орієнтований на обмежене коло завдань, які відповідають цілям організації або особливостям цієї ситуації, її розвитку; Ефективний імідж має властивість варіабельності: абсолютно «жорстка і не іменна конструкція» неприйнятна, ситуація трансляції іміджу завжди динамічна, може виникнути необхідність внесення

коректив; Імідж пропонує сильний емоційний відгук, це випливає з самого його визначення.

Наукові дослідження та PR - свідчать, що головною функцією іміджу є формування позитивного ставлення до кого-небудь або чого-небудь. Якщо позитивне ставлення сформульовано, то за ним, як результат впливу соціальних зв'язків, обов'язково піде довіра і, в свою чергу високі оцінки і впевнений вибір.. При формуванні ефективного іміджу треба чітко уявляти, який конкретно імідж необхідний. З цією метою були створені типології іміджу. Вони створювалися на базі загальних і спеціальних підстав за критеріями подібності і відмінності. Розглянемо ці базисні підстави і відповідні їм типології іміджу. Типи іміджу організації. В якості першої підстави була обрана спрямованість прояву. В цьому випадку імідж буває: зовнішнім, тобто проявляється у зовнішньому середовищі, орієнтований на клієнтів або споживачів (фірмовий стиль, логотип, слоган, інтер'єри офісу, зовнішній вигляд персоналу тощо); Внутрішній імідж формується, як враження про роботу і міжособистісні відносини, етика поведінки, особливості ділового спілкування, традиції та інше. Між даними видами іміджу існують тісні функціональні зв'язки.

Треба зауважити, що в нашій практиці зустрічається більше не відповідностей, коли зовнішній імідж відповідає стандартам, а внутрішній є його повною протилежністю.

УДК 339

Марія Мудра, аспірант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

КЛАСИФІКАЦІЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК ПРОДУКЦІЇ ТА ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ НИМИ

Анотація. Розглянуто та проаналізовано класифікацію ланцюгів поставок продукції, виділено основні показники щодо ефективності управління ланцюгами поставок продукції.

***Ключові слова**: ланцюг поставок, логістика, показники, ефективність.*

Mariya Mudra

CLASSIFICATION OF SUPPLY CHAIN PRODUCTS AND HIGHLIGHTS REVIEWS PERFORMANCE MANAGEMENT

Abstract. Considered and analyzed the supply chain classification of products, selected key indicators of the effectiveness of supply chain management solutions.

***Keywords**: supply chain, logistics, performance, efficiency.*

Ланцюг поставок трактується як інтеграція основних функціональних сфер бізнесу підприємства та його партнерів від початку зародження товарного потоку до поставки продукції чи сервісу відповідно до вимог кінцевих споживачів.

При дослідженні проблеми виділення ланцюга поставок доцільно керуватися двома критеріями системного характеру: ступенем складності та обумовленістю дії. Досліджуючи поняття «ступінь складності системи» досить складно сформулювати його основну суть, тому згідно даного критерію ланцюги поставок продукції класифікують на:

1. прості;
2. складні

3. дуже складні;

4. надскладні ланцюги поставок.

За обумовленістю дії слід розрізняти ланцюги поставок з детермінованою дією і ланцюги поставок з випадковою дією.

За обумовленістю дії слід розрізняти ланцюги поставок з детермінованою дією і ланцюги поставок з випадковою дією

Ланцюг поставок вважається детермінованим, якщо всі його елементи взаємодіють точно прогнозованим чином. У цьому випадку при виділенні ланцюга поставок не виникає невизначеностей. Якщо встановлено вихідний стан ланцюга і відома програма переробки інформації, то, на підставі визначення його динамічної структури, можна передбачити його наступний стан. Навпаки, для вірогідного ланцюга поставок неможливо зробити точного детального передбачення. У цьому випадку необхідно ретельно дослідити можливий стан ланцюга поставок і визначити з максимальним ступенем вірогідності, як він буде вести себе у будь-яких встановлених умовах.

Ланцюги поставок продукції класифікують в залежності від рівня управління на:

- макроекономічний рівень включає організовані ланки учасників процесу– суб'єктів виробничо-господарської діяльності різних напрямів (постачальників, виробників, посередників, складські й митні термінали, транспортні і транспортно-експедиційні компанії тощо);
- мікроекономічний включає до свого складу сформовані ланки учасників процесу всередині окремого підприємства/ корпорацій/виробничо-кооперацийних структур.
- функціональний включає до свого складу операції і процедури, що здійснюються у процесі товароруху всередині функціональних підрозділів підприємства.

Пропонований підхід до класифікації ланцюга поставок певною мірою відносний, оскільки кожний ланцюг може характеризуватися і вивчатися з різних позицій, що залежить від точки зору дослідника. Ланцюг поставок як економічна система не має чітких меж. Тому поведінка ланцюга залежить від поведінки його активних елементів – учасників ланцюга поставок, а поведінка кожного елемента, у свою чергу, залежить від його стану, побудови, що залежить від інших елементів ланцюга.

Таким чином, кожний ланцюг поставок може бути поданий як елемент більш загального ланцюга поставок (більш вищого рангу, порядку), велика кількість його виділених елементів визначається не стільки властивостями ланцюга, скільки способом або глибиною його уявлення. Ці елементи можуть розглядатися як ланцюги поставок більш нижчого рангу, що вимагає врахування встановлення відносно стійкого порядку внутрішніх зв'язків у ланцюгу та його внутрішньої структури. Це означає, що класифікація ланцюга поставок повинна завжди прив'язуватися до параметрів його складових елементів і їх зв'язків між собою. Тому на всіх етапах формування ланцюга поставок необхідно знаходити ці зв'язки, встановлювати ступінь їх значення, складність вирішення недостатньо відомих, а в окремих випадках зовсім невідомих, відносин; визначати їх вплив на параметри і характеристики ланцюга поставок чи його певного елемента в ієрархічній структурі поділу.

На основі класифікації ланцюгів поставок продукції виділено основні коефіцієнти, які відображають оцінку ефективності управління ланцюгом поставок на машинобудівному підприємстві:

- якість обслуговування;
- час і витрати, при цьому приділяючи увагу необхідності досягнення найкращої якості обслуговування;

• найкоротшого часу виконання замовлення, що мають супроводжуватись мінімально можливими витратами;

• вхідний потік: вчасно та в повному об'ємі – критерій оцінки отриманих поставок – в повній мірі, вчасно та у відповідності до вимог;

• вихідний потік: вчасно і в повному об'ємі – критерій оцінки виконання замовлень клієнта – в повній мірі, вчасно та у відповідності до вимог;

• внутрішній відсоток браку: критерій відповідності процесу технічним вимогам і контролю якості;

• коефіцієнт введення нової продукції: критерій оцінки чутливості ланцюга поставок до нової продукції;

• скорочення витрат: критерій оцінки беззбитковості розробки продукції та процесів;

• швидкість обороту товарних запасів: критерій оцінки потоку товарів у ланцюгу поставок;

• час із моменту замовлення до моменту доставки: критерій чутливості ланцюга поставок до процесів; доставка продукції повинна виконуватись із мінімальними витратами;

• гнучкість бюджету: критерій, що показує, наскільки легко структурувати ланцюг поставок для отримання фінансових переваг.

Отже, класифікація ланцюгів поставок та розкриття їхньої суті, а також виділення основних показників дозволяють оцінити ефективність управління ланцюгом поставок на підприємстві та обрати оптимальну стратегію постачання.

УДК 339.13

Богдана Оксентюк, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ДИЗАЙН НОВОГО ТОВАРУ

Анотація. Розглянуто поняття технічної естетики, ергономіки та дизайну, їх роль у розробці нового товару. Описано властивості, які є зовнішнім вираженням дизайну: художня виразність, раціональність форми, цілісність композиції.

Ключові слова: *естетика, ергономіка, дизайн, естетичність виробу, контраст, нюанс, художня виразність, раціональність форми, цілісність композиції.*

Bohdana Oksentyuk

DESIGN OF A NEW PRODUCT

Abstract. The concept of technical aesthetics, ergonomics and design, their role in the development of new product are considered. The properties, which are an external expression of design: artistic expression, rational form, integrity, composition are described.

Keywords: *aesthetics, ergonomics, design aesthetics of the product, contrast, nuance, artistic expression, rational form, integrity of the composition.*

Зростання вимог споживачів до гармонійного поєднання корисних властивостей і естетичного зовнішнього вигляду виробів є характерною рисою розвитку світового ринку. Напрямки наукового пошуку є важливими складовими частинами продуктивної, творчої діяльності людини, яка бере участь у створенні продуктової інновації. Технічна естетика та ергономіка досліджують особливості взаємодії системи «людина – техніка – середовище» з метою гармонійного розвитку цих компонентів.

Технічна естетика вивчає соціально-культурні, технічні та естетичні проблеми формування гармонійного предметного середовища, що створюються різними товарами, для забезпечення найліпших умов праці, побуту та відпочинку людей. Вона становить теоретичні засади художнього конструювання (дизайну), вивчає закономірності розвитку, принципи та методи професійної творчої діяльності художника-конструктора (дизайнера). Створюючи складний товар, дизайнери розробляють спеціальні макети або моделі, за допомогою яких визначають раціональні форми виробу та його складових, підбирають необхідний колір, забезпечують інші естетичні вимоги відповідно до запитів споживачів. Тобто дизайн формує товар як споживчу цінність і робить його корисним, зручним, красивим.

Ергономіка вивчає діяльність людини або групи людей за умов сучасного виробництва, побуту, дозвілля з метою оптимізації знарядь праці, побутових товарів, умов праці. Основними об'єктами дослідження ергономіки є системи «людина – виріб – середовище» (великі автоматизовані системи управління, що об'єднують людей для праці на обчислювальній, та організаційній техніці, системи управління транспортними засобами, системи типу «верстат – оператор», системи, які передбачають взаємодію побутового обладнання та людини-споживача. Тобто ергономіка вивчає взаємодію між людиною та технікою. Вона повинна однаково враховувати як технічні, так і антропологічні складові.

Таким чином, під дизайном, або художнім конструюванням розуміють самостійний вид художньої діяльності, внаслідок якої проектується об'єкт виробництва з визначеними естетичними властивостями. Дизайн є важливою складовою частиною конструювання виробів, оскільки саме він забезпечує зручність та приємність користування виробом, надаючи йому художньої виразності, гармонійно цілісної форми та інших таких властивостей. Головна мета дизайну – полегшити взаємодію людини з виробом, зменшити нервове напруження, сприяти створенню комфортних умов для фізичної та розумової діяльності, побуту й відпочинку.

Зовнішнім вираженням дизайну є естетичність виробу. З нею пов'язують сукупність властивостей товару, що створюють його художню виразність, раціональність форми, цілісність композиції, досконаліть виробничого виконання. Саме ці властивості свідчать про виразність, гармонійність, оригінальність товару, відповідність його середовищу, стилю та моді.

Художня виразність охоплює саме ті властивості, які дають змогу споживачеві відрізнити його від багатьох аналогічних. Вона повинна цілком відповідати естетичним уявленням та культурним нормам, що склалися в суспільстві. До таких властивостей належать:

- художньо-інформаційна виразність, яка дає змогу оцінити відповідність зовнішньої форми споживацькій суті та призначенню виробу, відповідність товару стилю та моді. Досягається це оригінальністю й образністю творчого задуму, стильовою відповідністю та іншими прийомами й засобами художньої творчості, відповідності виробу стилю та моді. Художньо-інформаційна виразність виявляється у таких властивостях:
  - художньо-образне втілення соціальне та ринково значущої інформації (образна виразність);
  - своєрідність форми, яка виділяє товар з його аналогів (оригінальність);
  - сталість ознак форми (стильова визначеність);

Найпоширенішими засобами посилення виразності є контраст і нюанс.

Контраст – це різко виражена протилежність; посилює, підкреслює відмінність властивостей форм, а їхню єдність робить напруженішою, вражаючою (у телевізорі – скло, дерево, пластмаса, метал).

Нюанс згладжує монотонність і жорсткість форм у побудові композиції виробів. Особливе значення має в проектуванні виробів побутового призначення, коли за сталості основних форм, індивідуальність виявляється в найтонших нюансах. Нюансування – це те, що робить річ довершеною та елегантною.

- раціональність організації форми, яка показує наскільки вдало форма і конструктивне вирішення продукції відображає її головне призначення, функціональні характеристики (динамічність, швидкохідність, легкість), принцип дії та особливості виготовлення. Художня виразність залежить від погодженості форми виробу із застосованими в його конструкції матеріалами, а також від узгодження цілого та частин.

Основними умовами раціонального художнього конструювання є системний аналіз та пристосування дизайн-об'єктів до навколишнього середовища. Саме системний аналіз є вихідною передумовою формування властивостей виробу. Водночас виріб завжди треба розглядати в органічній єдності з його оточенням, тобто до уваги слід брати динамізм оточення, мінливість його основних параметрів. Саме це дедалі більше визначає необхідність пошуку оригінальних за художнім задумом конструктивних рішень і відповідного вимогам середовища образного стилю.

УДК 339.13

Тетяна Подвірна, інженер
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

КОНКУРЕНТІ ПЕРЕВАГИ ГЛОБАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Анотація. В умовах світової конкуренції в різних галузях на підприємствах необхідно чітко визначити глобальну стратегію, щоб фірми ефективніше боролися зі своїми конкурентами.

Ключові слова: *глобальна стратегія, конкурент, диференціація, стратегія фокусування.*

Tatyana Podvirna

COMPETITIVE ADVANTAGES OF GLOBAL STRATEGIES ON THE WORLD MARKET

Abstract. In the global competition in various sectors in the business to define a global strategy to fight effectively the firm with its competitors.

Keywords: *global strategy, competitor, differentiation, strategy focusing.*

В результаті усесвітньої гомогенізації попиту різні ринки стають взаємозв'язаними. Виходячи з цього, фірми можуть планувати свою діяльність в усесвітньому масштабі і прагнути створити привабливіший імідж порівняно з іншими конкурентами на світовому ринку.

Компанія, що обирає глобальну стратегію ставить за мету збільшення прибутку шляхом якомога більшого зниження виробничих витрат. Наслідувати глобальну стратегію низьких витрат, фірма прагне коли потрібно забезпечити низько витратне виробництво на світовому ринку. Компанія спрямовує свої зусилля на те, щоб її рівень витрат був нижчий, ніж у конкурентів у рамках світового ринку. Глобальна компанія пропонує стандартизований продукт по всьому світу, мало адаптуючи його до національних смаків споживачів. Високий рівень стандартизації продукту дозволяє

максимально знизити виробничі витрати і досягти економії за рахунок масштабу. Переваги, які компанія дістає від економії витрат, дозволяють їй проводити політику агресивної конкуренції на глобальному ринку.

Базові стратегії розрізняються залежно від типу шуканої конкурентної переваги, тобто від того, що лежить в їх основі: продуктивність і, отже, перевага у витратах, або елемент диференціації.

Перша загальна стратегія заснована на продуктивності і, як правило, пов'язана з ефектом досвіду. Дана стратегія припускає жорсткий контроль над постійними витратами, інвестиції в підвищення продуктивності праці, направлені на реалізацію ефекту досвіду і підвищення віддачі витрат на конструкторські роботи, а також мінімізацію витрат на обслуговування, продаж, рекламу і так далі Глобальна мета такої стратегії отримання конкурентної переваги по витратах (нижчій собівартості продукції).

Перевага по витратах забезпечує ефективний захист від п'яти конкурентних сил:

1. Фірма займає вигіднішу позицію в порівнянні з прямими конкурентами, оскільки у разі цінової війни отримуватиме прибуток навіть тоді, коли суперники працюватимуть «за собівартістю».

2. Впливові покупці можуть добитися зниження ціни тільки до рівня найбільш ефективного конкурента.

3. Захист від впливових постачальників забезпечується за рахунок більшої гнучкості у разі можливого збільшення цін на матеріали, що купуються.

4. Низькі витрати є бар'єром входу на ринок у вигляді ефекту масштабу або переваги за витратами.

5. Як правило, фірма з низькою собівартістю займає вигідніше положення по відношенню до субстітутам, чим інші конкуренти в галузі.

Таким чином, лідерство по витратах захищає фірму від всіх п'яти конкурентних сил, оскільки негативні наслідки конкурентної боротьби в першу чергу позначаються на найменш продуктивних фірмах.

Диференціація, як і лідерство, по витратах захищає фірму від п'яти конкурентних сил, проте відбувається це трохи інакше. Відносно прямих конкурентів диференціація відособляє фірму від суперництва в галузі, оскільки її бренд користується лояльністю клієнтів, а значить, споживачі менш чутливі до ціни. Одночасно з цим фірма отримує підвищений прибуток, що позбавляє її від необхідності знижувати витрати.

Лояльність споживачів, що сформувалася, і той факт, що конкуренти повинні якось долати унікальність пропозиції фірми, створюють бар'єри входу.

Підвищена прибутковість збільшує стійкість фірми до зростання цін, що нав'язується впливовими постачальниками.

Нарешті, фірма, що успішно диференціювала свою пропозицію і що добилася споживчої лояльності, займає вигідніше положення по відношенню до субстітутам, чим її конкуренти.

Збільшення прибули (навіть в порівнянні з тими конкурентами, які зазвичай мають менші витрати) в результаті успішної диференціації відбувається тому, що ринок згоден прийняти вищу ціну. Даний тип стратегії не завжди сумісний з великою часткою ринку, оскільки в цілому більшість споживачів не готова платити більше, навіть якщо товар дійсно перевершує конкурентні аналоги. Стратегії диференціації, як правило, вимагають великих витрат на операційний маркетинг, особливо на рекламу, що інформує ринок про відмітні якості товару.

Стратегія фокусування полягає в концентрації на потребах певного сегменту, групи покупців або географічного ринку. Фірма не претендує на обхват ринку в цілому. Перед нею стоїть інша мета: обслуговувати обмежений круг споживачів ефективніше,

ніж це роблять конкуренти, що розпилюють зусилля по всьому ринку знайти свою нішу на глобальному ринку. Така стратегія може опиратися на диференціацію, лідерство по витратах або на те та інше, але тільки відносно строго певної цільової групи споживачів.

Стратегія фокусування завжди спричиняє за собою деякі обмеження максимально досяжного розміру частки ринку. Фірма може зайняти велику частку в цільовому сегменті, але малу по відношенню до ринку в цілому.

Слідувати глобальній стратегії фокусування, потрібно коли метою стратегії фірми є обслуговування ідентичних ніш на кожному стратегічно важливому національному ринку. Стратегічні дії компанії скоординовані в рамках світового ринку для досягнення постійної конкурентної переваги на цільових нішах на підставі низьких витрат або диференціації.

Компанії зіштовхуються з питанням, яку із стратегій вибрати, коли вступають у конкурентну боротьбу на світовому ринку. Компанія, що конкурує на світовому ринку, може вибрати, де й коли кинути виклик суперникам. Вона може вирішити завдати відповідного удару агресивним конкурентам на ринку країни, де суперники мають найбільші обсяги продаж або найбільший чистий прибуток, щоб підірвати фінансові можливості конкурента, а потім вступити з ним у конкурентну боротьбу на ринках інших країн.

УДК 339.13

Марія Рарок, магістр
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Подано основні стратегічні підходи до планування та організації збуту продукції суб'єктами ринку.

Ключові слова: *маркетингова збутова стратегія, розподіл, конкуренція, маркетингові посередники.*

Mariya Rarok

STRATEGIC APPROACHES TO THE ORGANIZATION MANAGER PRODUCTION COMPANIES

Abstract. The basic strategic approaches to planning and organizing salesmarket players

Keywords: *marketing sales strategy, distribution, competition, market intermediaries.*

У сучасних умовах функціонування підприємств на ринку, які характеризуються підвищеним рівнем ризику та невизначеністю, стратегічне спрямування збутової діяльності є єдиною і необхідною умовою її вдосконалення. Підприємства зможуть забезпечити перспективу свого існування тільки на основі стратегічного управління, найважливішим з компонентів якого є процеси формування та реалізації збутових стратегій підприємства. Стратегічний підхід до збутової діяльності припускає розробку цілей та стратегій у сфері збуту і програм їх досягнення. При цьому саме стратегії визначають шлях підвищення ефективності збутової діяльності та розвитку підприємства.

Як свідчить практика, ні збереження минулих традицій управління збутовою діяльністю, ні пряме запозичення рекомендацій з економічної теорії в розвинених країнах, ні чисто інтуїтивний, «реактивний», засіб управління підприємством не приводять до бажаних для підприємства результатів у сфері збуту. Тільки синтез методичних та інформаційних підходів з урахуванням індивідуальних особливостей підприємства і багатьох макро- і мікро-економічних чинників дає змогу здійснити вибір найбільш оптимальної стратегії вдосконалення збутової діяльності підприємства в умовах маркетингової орієнтації.

Вихідним пунктом у здійсненні стратегії збуту є його цільове спрямування. Стратегічна мета збуту визначає межі та сфери збутової діяльності підприємства і встановлюється на основі приведення можливостей підприємства у відповідність із зовнішнім середовищем, з ситуацією на ринку. При визначенні цілей збуту стратегічного рівня потрібно враховувати можливості та способи розширення свого цільового ринку, напрями і шляхи поліпшення діяльності, результати пошуку нових сфер діяльності на основі наявної інформації про прогнози ринкової кон'юнктури. У процесі стратегічного визначення цілей необхідно використовувати і систематизувати зворотні зв'язки з продавцями, замовниками та покупцями щодо аналізу їх можливостей і пропозицій, задоволення потреб і оцінки нових видів товарів та послуг.

Стратегічна мета збуту випливає зі стратегії підприємства і значною мірою визначається стадією життєвого циклу, в якій воно знаходиться. Зарубіжний досвід показує, що в підприємствах загальний період всіх стадій життєвого циклу, як правило, становить приблизно 15—20 років, після чого підприємство припиняє своє існування і відроджується на новій основі і з новим складом власників, менеджерів і фахівців. Залежно від стадій життєвого циклу визначають стратегічну модель розвитку підприємства, в рамках якої розробляють стратегічні цілі його діяльності.

Досягнення стратегічних цілей здійснюється через реалізацію цілей тактичного рівня, до яких можна віднести поточні та одноразові цілі у сфері збутової діяльності. Для цього не потрібне залучення значних ресурсів підприємства і суттєві зміни у збутовій роботі. В основному такі цілі специфічні для кожного підприємства, оскільки в більшості випадків вони визначаються такими чинниками, як масштаби діяльності, асортимент товару, який реалізують, стан цільового ринку, кількість, інтенсивність, характер і форми організації каналів розподілу тощо.

Одноразові цілі у сфері збуту виникають як реакція підприємства на випадкову можливість щодо розширення збуту. Така можливість може виникнути у зв'язку з майбутніми виборами, ювілеями міста тощо. Для підприємства дуже важливо вчасно розпізнати одноразові можливості та своєчасно визначити одноразові цілі для служби збуту. При реалізації збутової політики доцільно передбачити механізм встановлення одноразових цілей, їхнього формулювання і забезпечення досягнення.

Стратегія збуту – це узагальнююча модель дій, спрямованих на досягнення його цілей. Вона включає всі операції, пов'язані з плануванням і прийняттям рішень у цій сфері. За своєю сутністю стратегія збуту – це набір правил для прийняття рішень, якими підприємства керуються у своїй діяльності. Вони мають здебільшого обмежувальний або пропонуючий характер, створюючи атмосферу, в якій здійснюється збутова діяльність підприємства. Виділяють чотири групи таких правил:

– за якими встановлюються відносини підприємства з його зовнішнім оточенням та за якими визначають, куди збувати свій товар, як досягти переваги над конкурентами;

– на основі яких встановлюються відносини і процедури всередині підприємства (організаційна концепція збуту);

– що використовують під час оцінювання результатів збутової діяльності підприємства;

– відповідно до яких підприємство провадить свою щоденну діяльність.

Отже, стратегія збуту – це постійний пошук та розробка плану дій, процес, який повторюється і починається з констатування сучасної позиції підприємства. Він завжди індивідуальний і потребує ретельного аналізу збутової діяльності підприємства та його структурних підрозділів.

Після вибору основної тактичної лінії поведінки потрібно деталізувати дії. При цьому враховують можливу реакцію споживачів, постачальників, конкурентів. Той, хто має справу з одними й тими самими клієнтами, реалізує одні й ті самі товари за незмінних умов, може з часом виробити тактичний план, де знайде відображення весь накопичений досвід, і що сприятиме оптимізації збуту.

Якщо рішення у сфері стратегії збуту приймаються керівництвом підприємства, то у сфері збутової тактики використовувати власні ідеї та знання може й продавець. Тому важливим завданням керівництва підприємства є постійне навчання збутового персоналу.

У межах збутової стратегії слід розробляти субстратегії взаємовідносин з покупцями, та управління збутовим потенціалом підприємства.

Стратегічний підхід до збутової діяльності підприємств допускає передусім своєчасне здійснення планування, реалізації та аудиту за діяльністю щодо виявлення й задоволення запитів споживачів для створення привабливого комплексу пропозицій з орієнтацією на цільових покупців.

УДК 339.13

Олександр Твердохліб, магістр
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Висвітлено теоретичні підходи до формування цінових маркетингових стратегій торговельних підприємств.

Ключові слова: *маркетингова стратегія, ціна, конкуренція, цінові рішення.*

Oleksandr Tverdochlib

MODERN MARKETING APPROACHES TO PRICING STRATEGY TRADING ENTERPRISE

Abstract. Deals with theoretical approaches to pricing strategies, marketing commercial enterprises.

Keywords: *marketing strategy, price, competition, pricing decisions.*

Сучасні умови господарювання потребують нового підходу до процесу формування цінової політики, який передбачає використання торговельними підприємствами маркетингу як методологічної основи прийняття управлінських рішень в усіх сферах діяльності, в тому числі щодо цін.

З метою забезпечення прийняття ефективних цінових рішень в умовах маркетингової орієнтації формування цінової політики у підприємствах має ґрунтуватися на таких принципах:

– забезпечення узгодження цінової політики із загальною стратегією розвитку підприємства;

– якнайбільше задоволення попиту покупців, а також ціни товару, на що звертає споживач увагу при прийнятті рішень щодо цін;

– урахування кон'юнктури ринку, цін конкурентів і особливостей ринкових сегментів у процесі ціноутворення;

– використання ціни як інструмента маркетингової політики підприємства, її узгодження з іншими елементами комплексу маркетингу;

– здійснення гнучкої та активної цінової політики.

Для вирішення маркетингових завдань, у тому числі пов'язаних із ціноутворенням, підприємству необхідно розробляти відповідні стратегії маркетингу.

Торговельні підприємства можуть використовувати різні види маркетингових стратегій, у яких ціна виступає основним елементом планування.

У торговельних підприємствах, залежно від обраної стратегії маркетингу, застосовують різні варіанти цінових рішень.

Так, відповідно до цілей підприємства варто здійснювати вибір тієї або іншої стратегії маркетингу: інтенсивний маркетинг, вибіркове та широке проникнення, пасивний маркетинг. При цьому кожному із зазначених видів стратегії маркетингу відповідають певні умови застосування стратегії, рівень витрат на маркетингові заходи та рішення щодо рівня ціни.

Умови формування ринкових відносин в Україні зумовлюють необхідність розробки ефективної цінової стратегії. При цьому стратегія ціноутворення має відповідати загальній маркетинговій стратегії підприємства.

В умовах маркетингової орієнтації підприємств розробку цінової стратегії доцільно здійснювати у розрізі нових товарів, модернізованих і традиційних товарів. Охарактеризуємо цінові стратегії відносно нових товарів. Так, широке застосування стратегії «проникнення на ринок», яка полягає у встановленні низької ціни з метою захоплення великої частки ринку, зумовлено підвищенням цінової чутливості споживачів, збільшенням обсягів збуту, загостренням конкурентної боротьби. Переваги використання такої цінової стратегії полягають у розширенні можливостей щодо впровадження на ринок нового товару, збільшенні обсягів збуту, захопленні більшої частки ринку, створенні сприятливого іміджу підприємства. Саме це забезпечує досягнення підприємством конкурентних переваг.

При використанні цінової стратегії «збирання вершків» торговельні підприємства прагнуть досягти максимальних обсягів прибутку через встановлення високих цін при орієнтації на певний вузький сегмент споживачів. Така стратегія має низку переваг, зокрема, можливість фінансування маркетингових досліджень, пов’язаних із впровадженням на ринок нових товарів, зниження ризику фінансових витрат, зумовлених провалом товару на ринку, можливість збільшення збуту. Недоліками її є те, що вона залучає конкурентів. Високий рівень ціни може негативно вплинути на тривалість життєвого циклу нового товару та окремих його етапів. При цьому підвищується ризик виникнення у підприємства негативного іміджу на ринку.

Використання цінової стратегії орієнтації на ціну лідера на ринку передбачає зіставлення підприємством своєї ціни з рівнем ціни лідера на певний товар. При цьому під час встановлення ціни на нові товари підприємства не прагнуть досягти повної відповідності рівню ціни лідера, вони лише враховують політику цін головного підприємства – конкурента на ринку.

Метою цінової стратегії відшкодування витрат є продаж великих обсягів товару. Вона передбачає встановлення цін, що забезпечують відшкодування витрат щодо виведення на ринок нового товару й одержання певної частки прибутку. Така стратегія відображає традиційний витратний підхід до ціноутворення. Сьогодні використання

стратегії відшкодування витрат є неефективним, оскільки не враховує такі чинники, як попит покупців та ціни конкурентів.

Стратегія встановлення престижної ціни передбачає формування підприємством високих цін при орієнтації на сегменти ринку, які приділяють особливу увагу якості та престижності товару.

При встановленні остаточної ціни у торговельних підприємствах потрібно враховувати такі додаткові чинники, як психологія ціновідчуття споживачів, життєвий цикл товару, значущість товару в задоволенні потреб.

У деяких ринкових ситуаціях окремим торговельним підприємствам при встановленні остаточної ціни доцільно застосовувати стратегію диференційованих цін. Для цього їм необхідно здійснювати сегментацію ринку і розробляти стратегію диференційованих цін у розрізі сегментів ринку.

УДК 331.522

Анна Фалович, аспірант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

Анотація. Розглянуто основні сучасні напрями забезпечення економічної безпеки машинобудівних підприємств України.

Ключові слова: *економічна безпека, машинобудівні підприємства, напрями забезпечення економічної безпеки.*

Anna Falovich

CURRENT AREAS OF ECONOMIC SECURITY MACHINE BUILDING ENTERPRISES

Abstract. The main current areas of economic security machine building enterprises in Ukraine.

Keywords: *economic security, machine-building enterprises, areas of economic security.*

В сучасних умовах питання забезпечення економічної безпеки підприємств стають все більш актуальними. У процесі здійснення господарської діяльності більшість машинобудівних підприємств в Україні стикаються з протиправними діями й відчувають негативний вплив з боку різних фізичних та юридичних осіб, що безпосередньо чи опосередковано спрямований на дестабілізацію їх економічного стану. За цих умов перед службами безпеки та керівниками підприємств стоїть завдання вибору сучасних напрямів забезпечення економічної безпеки підприємства.

Питаннями економічної безпеки машинобудівних підприємств займається велика кількість вітчизняних вчених: В.Забродський, С.Ілляшенко, Г.Раєвський, О.Сороківська, Н.Лоханова та інші. У сучасній літературі розглядається широкий спектр проблем, однак, зважаючи на постійну динаміку та зміни у машинобудівному комплексі, залишається недостатньо вивченим питання напрямів забезпечення економічної безпеки підприємств машинобудування в кризових умовах.

Складові безпеки класифікуються за типами загроз, зокрема:

- безпека з боку фізичних загроз може забезпечуватися теорією і практикою виживання;

- безпека з боку психологічних загроз – спеціальними знаннями, консультаціями, світоглядом та характером;
- безпека з боку загроз інформації – організаційним і технічним захистом.

Ефективна безпека підприємницької діяльності забезпечується на таких взаємопов'язаних напрямках: захист від злочинного світу; захист від порушень закону з тим, щоб самим не потрапити під його санкції; захист від недобросовісної конкуренції; захист від протиправних дій власних співробітників. Останній напрям дій реалізується на таких ділянках:

- виробничій (зосередження матеріальних цінностей);
- комерційній (оцінювання партнерів, юридичний захист інтересів);
- інформаційній (визначення значущості інформації, порядку надходження, використання, передання, захисту від викрадення);
- кадрового забезпечення.

Зважаючи та той факт, що чинників, які становлять загрозу для фірми достатньо багато, доцільно свою роботу із забезпечення безпеки координувати з єдиного виконавчо-розпорядчого органу, який називають «службою безпеки». Ця служба, в процесі здійснення своєї діяльності «тримає руку на пульсі» практично всіх ланок підприємства і вживає ефективні заходи протидії дестабілізуючим чинникам.

Безперечно, навіть в умовах кризи економічна безпека підприємства забезпечується за допомогою таких режимів: конфіденційності і захисту суб'єктів інтелектуальної власності, що формують інформаційну безпеку; фізичної охорони, тобто забезпечення фізичної безпеки майна і персоналу фірми.

За сучасних умов, що існують на українському ринку, розраховувати на ефективний захист своїх життєво важливих інтересів керівники підприємств можуть лише за таких умов:

– здатності організовувати процедурно-орієнтований процес, спрямований на позбавлення потенційного супротивника інформації про виробничі і торгівельні можливості і наміри підприємства, головним чином шляхом виявлення та усунення індикаторів (тобто демаскуючих ознак, каналів витоку інформації), пов'язаних із плануванням і здійсненням підприємницької діяльності;

– здатності керівництва задіяти у цьому процесі увесь персонал підприємства (а не тільки персонал відділу служби безпеки).

Ідея методу системного підходу до проблем забезпечення економічної безпеки полягає в тому, щоб припинити, скоротити або хоча б обмежити витік тих часток цінної інформації, які можуть дати конкурентам можливість наперед виявити, що саме в цей момент керівництво підприємства планує та здійснює.

Разом з тим, необхідно констатувати той факт, що в Україні майже повністю відсутні такі необхідні для реалізації системного підходу складові, як:

- достатньо повна законодавча база, що регулює основні відносини бізнесу;
- відпрацьований механізм економічної реформи на загальнодержавному і регіональному рівнях;
- достатній рівень включення суспільства у процеси економічних перебудов;
- державна програма боротьби з поширеною у сфері національної економіки корупцією;
- ефективна національна статистика і контроль.

Практика доводить, що безпека стала таким самим товаром, як нафта, газ, метал та інформація. На неї є попит і досить значний. У співвідношенні з рівнем розвитку сучасних ринкових відносин і навколишньої ситуації в країні найбільшим попитом на ринку безпеки користуються послуги забезпечення фізичного та технічного захисту. З установленням ринку такого виду послуг буде звужуватись попит на ці види безпеки і

зросте попит на технології і методики захисту комерційної таємниці, послуги забезпечення інформаційної безпеки, захист від ризику в комерційній діяльності. Ця тенденція вже визначилася, і в міру її поширення і поглиблення, вірогідно буде звужуватися число охоронних підприємств і служб безпеки.

Будь-яке ігнорування законів ринкової економіки і потреб економічної безпеки, як правило, призводить до того, що зривається укладення корисних угод, укладаються контракти з недобросовісними партнерами, приймаються на роботу особи з низькими моральними якостями. Щоб запобігти веденню довгих, дорогих і не завжди перспективних судових процесів намагаючись захистити свої права машинобудівним підприємствам легше, дешевше і корисніше зберігати необхідний рівень економічної безпеки та вміло використовувати її сучасні напрями на забезпечення ефективної діяльності в умовах, які диктує сьогодення.

УДК 339.13
Володимир Фалович, ст. викладач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЇ ЯК ІНТЕГРАЛЬНА ЧАСТИНА БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ

Анотація. Наведено авторський підхід до створення на промислових підприємствах системи замкнутої петлі ланцюга поставок.

Ключові слова: *ланцюг поставок, зворотна логістична функція, логістика переробки і утилізації, основний матеріальний потік, зворотний матеріальний потік.*

Volodymyr Falovich

ECOLOGICAL PROBLEMS AN INTEGRAL PART OF BUSINESS STRATEGY

Abstract. An author approach to the creation of industrial enterprises of closed loop supply chain.

Keywords: *supply chain, reverse logistics function, logistics processing andutilization, the main material flow, reverse flow of material.*

Розвиток суспільної свідомості впливає на зростання зацікавлення наукових і бізнес-середовищ проблемою екології щодо негативного впливу промисловості на рівновагу природного середовища. Ключовою проблемою стає пошук інструментів, які сприяли б концентрації уваги керівництва виробничих підприємств на узгодженні суспільних, господарських і екологічних цілей на перспективу, що уможливило б зниження шкідливого впливу виробничих процесів на саме підприємство і на оточуюче середовище. Незважаючи на те, що предметом діяльності підприємств не є розв'язання глобальних екологічних проблем, менеджери починають сприймати проблеми екології як інтегральну частину бізнес-стратегії, яка уможливлює формування для підприємства позитивного образу і отримання конкурентної переваги. Способом розв'язання цієї проблеми, який забезпечив би розвиток промисловості і захист середовища, і, що важливо при збереженні рівноваги між мінімізацією витрат і реалізацією економічних цілей організації, є створення на промислових підприємствах системи замкнутої петлі ланцюга поставок.

Під зворотною логістичною функцією розуміють узгоджений і координований комплекс заходів, який передбачає оптимізацію матеріального потоку, що направлений

обернено до прямого матеріального потоку. До цих заходів відноситься збір, сортування, декомплектація, переробка, відродження і утилізація товарів, тари, упаковки, які були задіяні і повернені внаслідок закінчення терміну експлуатації, пошкодження або помилок при відвантаженні і доставки готової продукції.

Німецькі дослідники розглядають як основний матеріальний потік, так і побічний, зворотний, об'єктами якого є вторинна сировина, використана продукція, відходи і упаковка. Цю діяльність названо «вторинним господарюванням», яка спрямована на зменшення негативного впливу на оточуюче середовище з одного боку, а з іншого – на зниження логістичних витрат та їх економію у процесі повторного використання з метою отримання прибутку від цієї діяльності.

Слід зауважити, що зворотній логістичний ланцюг не завжди має ті самі ланки, що має прямий. Термін зворотна логістика ідентифікується з поняттям «замкнута» логістика і «реверсна» логістика. Організація зворотної логістики передбачає вирішення таких питань щодо узгодження стратегії зворотної логістики: з життєвим циклом товару і сезонністю попиту; з стратегією ціноутворення на пошкоджені або відновлені товари; з рівнем післяпродажного сервісу як додатковою послугою; з виділенням сервісного обслуговування в окремий бізнес (а саме в аутсорсинг). Ключовими параметрами моделі зворотної логістики є: стандарти якості обслуговування, які формуються для кожного сегмента споживачів; єдиний процес обробки товарів, які повертаються; кількість точок повернення товарів обмежується одним каналом повернення – через магазини або сервісні центри; високий рівень централізації зберігання і обробки цих товарів; широке застосування аутсорсингу окремих товарів зворотної логістики, тобто передача функцій приймання, сортування по дефектах, транспортування тощо; застосування інтегрованих IT-систем, які відслідковують і обробляють продукти по усій замкнутій петлі ланцюга поставок; виділення сервісної служби в окрему бізнес-одиницю або центр прибутку.

Виникає необхідність ідентифікувати чинники впливу на формування замкнутої петлі ланцюга поставок і розробити алгоритм правильно створеної замкнутої петлі ланцюга поставок, функціонування якої приносило б прибутки і користі. Сьогодення диктує необхідність переміщення готової продукції в напрямі від клієнта до виробника, що є великою проблемою управлінських кадрів ланцюга поставок. Менеджери мусять враховувати не тільки переміщення і трансформацію матеріальних потоків в напрямі до клієнта, але також переміщення у протилежному напрямі, маючи на увазі можливість отримання назад вартості і/або узгодженого з правилами і нормами знешкодження продукту (рис. 1).

Матеріальний потік, який може бути сировиною для виробництва, формується з отриманої назад сировини, що дозволяє замкнути повернення матеріалу і отримати замкнуту петлю в ланцюзі поставок (англ. Closed Loop Supply Chain).

Слід зауважити, що не існує одного універсального алгоритму створення замкнутої петлі ланцюга поставок, функціонування якої приносило б прибутки і користі. На практиці замикання петлі переважно реалізується методом спроб і помилок.

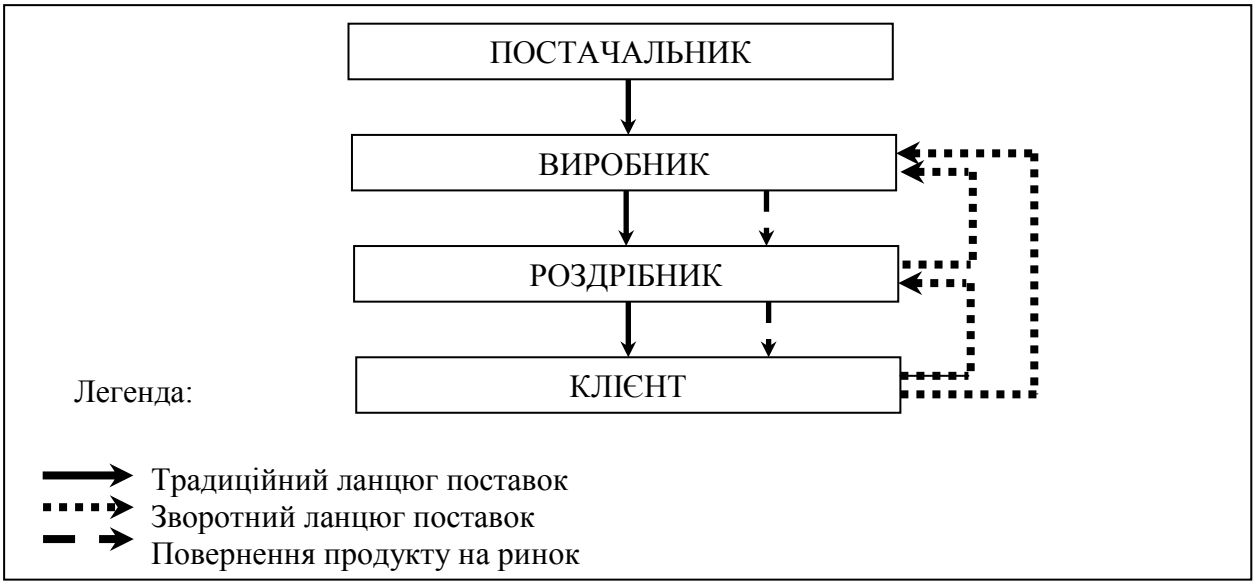


Рис. 1. Концепція потоків переміщення матеріального потоку в замкнутій петлі ланцюга поставок

УДК 338.658
Лілія Якимишин, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННОГО ЛАНЦЮГА ПОСТАВОК ТОВАРІВ ПОВСЯКДЕННОГО ПОПИТУ

Анотація. Проаналізовано існуючі моделі електронного ланцюга поставок і визначено підхід щодо вибору оптимальної моделі електронного ланцюга поставок товарів повсякденного попиту.

Ключові слова: *продуктивність, ефективність, електронний ланцюг поставок товарів повсякденного попиту, реінжиніринг.*

Liliya Yakymyshyn

ACTUAL FEATURES OF ELECTRONIC SUPPLY CHAIN OF CONSUMER GOODS

Abstract. The existing models of electronic supply chain and determined approach to selecting the optimal model ofe-supply chain of consumer goods.

Keywords: *productivity, efficiency, supply chain electronic consumer goods, reengineering.*

Сутність електронного бізнесу полягає у заміні, звичайно, якщо це можливо, матеріальних продуктів і послуг (*tangible products and services*) цифровими продуктами (*digital products*), які пересилаються телекомунікаційною мережею і надаються цифровими послугами (*digital services*) дистанційно через мережу. Е-бізнес передбачає управління новими цифровими продуктами і послугами, які не завжди мають свої матеріальні і безпосередні відповідники, оскільки вони не виконують витратних і

часових умов, не мають потрібного географічного діапазону і можливості автоматичної реакції.

Розрізняють такі види електронного управління ланцюгом поставок (*electronic Supply Chain Management* – eSCM):

е-планування передбачає співпрацю ланок ланцюга поставок за допомогою Інтернету;

е-постачання передбачає залучення товарів і послуг при використанні електронних каталогів, доступних в Інтернеті;

е-виробництво передбачає підтримку матеріального виробництва підприємства через аутсорсинг; обмін інформацією в інтегрованих інформаційних системах учасників ланцюга поставок;

е-торгівля займається презентацією продуктів, послуг і інформації, а також їх продажем кінцевим споживачам через Інтернет;

е-логістика займається координацією і інтеграцією дій, що призводять до поставки продуктів і послуг до кінцевого споживача з використанням Інтернету;

е-проектування передбачає розроблення нових продуктів кількома партнерами з використанням Інтернету, що дозволяє пришвидшити їх впровадження на ринок.

В ланцюзі поставок товарів повсякденного попиту, який доставляє товари від виробника до кінцевого споживача мають місце такі ланки: виробник, гуртівник, роздрібник, кінцевий клієнт. Для нього характерними є переміщення продуктів – від виробника до кінцевого споживача і переміщення інформації – документів і повідомлень – від кінцевого клієнта до виробника, які знаходяться між собою у тісній залежності. Ланка, яка передає товар вниз ланцюга, одночасно передає інформацію вгору ланцюга. Специфічне місце у даному ланцюзі займає виробник, який знаходиться на початку потоку переміщення продуктів і на кінці потоку переміщення інформації (в тому числі і замовлень).

Позиція виробника, яка знаходиться на початку потоку переміщення продуктів, є настільки важливою, що у випадку виключення посередників, що уможливлює електронний ланцюг поставок, надає йому можливість перейняти повну різницю між ціною, виплаченою кінцевим клієнтом, та ціною, за якою виробник продавав би свої вироби посередникам у традиційному ланцюзі поставок.

В свою чергу, його позиція на кінці потоку переміщення замовлень є натомість найменш корисною, оскільки це означає, щоб даний виробник став постачальником, то кінцевий споживач повинен вибрати у роздрібному магазині саме його продукт серед багатьох, в свою чергу роздрібний магазин мусить вибрати гуртівню, яка співпрацює з цим виробником, а гуртівня -вибрати даного виробника як свого постачальника. Отже, повинен здійснитись збіг виборів на трьох рівнях, щоб виробник зміг продати свій товарний асортимент, що є складним процесом, бо в реальності під час вибору гуртівнею виробник порівнюється з іншими виробниками на підставі умов (зокрема цін), які вони пропонують гуртівням, а не на підставі цін для кінцевих споживачів. Зниження виробником ціни на свої вироби для гуртівні взагалі не означає зниження цін для кінцевих клієнтів, а, отже, не призводить до зростання конкурентоспроможності продукції виробника в очах кінцевих клієнтів і тим самим не впливає на зростання попиту.

Трансформація традиційного ланцюга поставок у електронний ланцюг поставок полягає у заміні реальних ланок у потоці переміщення інформації віртуальними ланками, залишивши потік переміщення продуктів без змін, або в усуненні реальних ланок з потоку переміщення продуктів при одночасній заміні їх віртуальним ланками у потоці переміщення інформації.

Стосовно двох ланок-посередників між виробником та кінцевим клієнтом, вищезгадана трансформація може стосуватися: гурту, роздрібу, або як гурту, так і роздрібу.

Заміна гурту або роздрібу у потоці переміщення інформації віртуальними ланками полягає у впровадженні віртуальної гуртівні або віртуального роздрібного магазину. Віртуальна гуртівня і віртуальний роздрібний магазин є інформаційними системами, які створені виробником і які функціонують в мережі Інтернет.

Виключення гурту або роздрібу з потоку переміщення продуктів означає заміну складування на даному рівні поставками безпосередньо на наступний рівень. Наприклад, виключення гуртівні передбачає безпосередні поставки на рівень роздрібних магазинів, а після виключення роздрібних магазинів – безпосередньо до кінцевого клієнта.

З метою визначення доцільності впровадження електронного ланцюга поставок товарів повсякденного попиту, а також вибору конкретної моделі варто застосувати методику реінжинірингу, яка використовує показники, які дозволяють визначити міру податливості процесу в тому числі і бізнесового на зміни, а також ступінь ефективності електронного ланцюга порівняно з традиційним. Методика Rapid Re, яка сьогодні вже є класичною, використовує системний підхід, що складається з таких етапів: підготовка, ідентифікація, формування місії, розроблення технічного проекту, трансформація. На етапі «формування місії» слід визначити цілі і шанси покращення ефективності процесу, чітко сформулювати зміни, а також розробити порівняльні показники для оцінки покращення основних економічних характеристик процесу. Ідентифікація дій, які створюють додаткову вартість, до загального числа дій, може бути визначником доцільності перепроектування процесу. Чим меншим є цей показник, тим доцільнішим є впровадження.

Секція 4. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

УДК 330. 35
Людмила Артеменко, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя, Україна

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКІСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто теоретичні засади якісного економічного зростання України. Обґрунтовано безальтернативність переходу національної економіки на інноваційний шлях економічного зростання.
Ключові слова: *інноваційний розвиток, людський капітал, якісне економічне зростання, структурні зміни економіки.*

Luidmyla Artemenko

BASIC LINE OF GUARANTEE QUALITATIVE ECONOMIC GROWTH IN UKRAINE

Abstract. Eexamine the theoretical conceptions of qualitative economic growth in Ukraine. No alternative to transition of the national economy on an innovative path of economic growth has been grounded.
Keywords: *innovative development, human capital, qualitative economic growth, structure measuring of economy.*

Для України забезпечення якості зростання є ключовим питанням розвитку, вирішення якого припускає подолання надмірної соціальної диференціації, вирішення проблем бідності й зниження тривалості життя, обмеження надмірної експлуатації природного потенціалу національної економіки, забезпечення переходу на інноваційний шлях розвитку й формування інституційного середовища, яке стимулює такий розвиток.

Протягом останнього десятиріччя у світовій економічній літературі опубліковано низку якісно нових теоретичних моделей, у яких здійснено спроби обґрунтувати технологічні зміни, які індукують зростання економіки на якісній основі. Принципова відмінність цих моделей полягає у тому, що їх виробнича функція у тій чи іншій формі містить нову складову – людський капітал, який характеризує обсяги наукових знань і практичного досвіду, що накопичені людьми в процесі навчання та безпосередньо виробничої діяльності. Так, Нобелівський лауреат Р. Лукас стверджував, що людський капітал, подібно до природного та основного, є окремим фактором економічного зростання, його акумулювання та ефективне використання є передумовою підвищення життєвих стандартів, дослідник П. Ромер математично довів гіпотезу, що темпи економічного зростання перебувають у прямій залежності від інвестицій у цей фактор. Отже, визначальним чинником радикальних інноваційних зрушень у світовій економіці є інвестиції у людський капітал.

Незважаючи на позитивну економічну динаміку в Україні упродовж останніх десяти років, продуктивність української економіки залишається вкрай низькою, як загальний обсяг ВВП, так і питома його величина у розрахунку на душу населення поки не досягли до кризового рівня 1990 р. Про що свідчить показник ВВП на одну особу, величина якого складала станом на 2011 р. лише 6,3 тис. доларів і в Європі випереджає лише Молдову (за даними британського журналу «The Economist»). Серед регіонів

лідером є м. Київ – 61,5 тис. грн. ВВП на одну особу, Тернопільська область посідає останнє місце серед областей – 9,7 тис. грн., що у 2 рази менше, ніж у Гондурасі.

Слід зауважити, що до останнього часу зростання ВВП в Україні відбувалось шляхом нарощення обсягів виробництва в традиційних галузях економіки, головним чином обробній промисловості. У той час, коли традиційні чинники економічного зростання, що спираються переважно на мобілізацію ресурсів, нагромаджених за тривалий період спаду в економіці у минулому, практично вичерпалися, а належних структурних змін економічної системи, які стимулювали б інвестиційно-інноваційне відтворення нових ресурсів, не відбувається. Така ситуація є загрозливою в цілому для економічної безпеки держави й істотно підвищує ризики входження національної економіки до стадії перманентної економічної стагнації з поступовим переростанням, зважаючи на існуючі інфляційні процеси, у стадію стагфляції.

Нині в економічній науці обговорюється питання про шляхи подальшого вдосконалювання економічних реформ, що проводяться. При цьому теза про необхідність досягнення не стільки кількісного економічного зростання, скільки якісного є незаперечною. У зв'язку з цим все більшої актуальності набувають питання, пов'язані з визначенням факторів, що впливають на досягнення якості економічного зростання. Дотепер це питання є дискусійним.

Незаперечним є той факт, що структурні зміни економіки, спрямовані на розвиток наукомістких галузей та інформаційних технологій, стають запорукою в досягненні якісного економічного зростання. У свою чергу, новітні наукомісткі технології стають факторами економічного зростання тільки за умови наявності відповідних людських ресурсів, навичок, компетенції, знань. Саме знання створюються людьми в результаті досліджень і впроваджуються в людське життя у вигляді нових технологій. При цьому рівень знань і кваліфікація їх носія, тобто «людський капітал», у сучасному світі все більшою мірою залежать від інвестицій в освіту, охорону здоров'я, соціальне забезпечення, що змінює підхід від розгляду людини як суб'єкта інвестицій до людини як об'єкта інвестицій.

Основною тенденцією, що визначає сучасну структуру економік розвинених країн, стає розвиток сфер і секторів, що ґрунтуються на застосуванні знань і творчих здібностей людини; а економічне зростання, що характеризується підвищенням ефективності економіки на основі вкладень у людину як виробника й споживача всього доступного спектра матеріальних та духовних багатств, набуває нової якості.

Все вищезазначене може слугувати підтвердженням безальтернативності для України інноваційного поступу. У журналі «Forbes» опубліковано рейтинг 10 найгірших економік світу у 2011 році, в якому зі 177 країн світу, Україна посідає 4 місце знизу (перед Вірменією, Гвінеєю та Мадагаскаром). Фактично, Україні за рівнем економічного та соціального розвитку, з-поміж постсоціалістичних країн Східної Європи, відводиться місце регіонального аутсайдера.

Для подолання такого стану вкрай необхідними є пришвидшена розбудова національної інноваційної системи на основі довгострокових технологічних прогнозів, державне стимулювання інноваційної активності бізнесу, створення в країні першокласних університетів світового рівня. З метою вирішення зазначених проблем, можна сформулювати такі основні напрями реформування якісно нової структури розвитку економіки регіонів:

- здійснення прогресивної структурної перебудови національної економіки, що сприятиме досягненню держави високого конкурентного статусу і забезпечення високих життєвих стандартів;

- структуроутворюючим фактором суспільного відтворення повинен стати фактор інформації, а також людський капітал як носій інформації;

- випереджальний розвиток індустрії високих технологій, що ґрунтується на інтелектуальній і творчій праці людини, що сприятиме зростанню частки інженерно-технічних і дослідницьких працівників на фірмах та престижу розумової праці.

УДК 334.784

Ірина Бендерська, аспірант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА КУЛЬТУРА В ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розкрито роль та значення організаційно-економічної культури в діяльності машинобудівних підприємств в цілому та розглянуто особливості впливу культури на кожну управлінську ланку підприємства зокрема.

Ключові слова: *організаційно-економічна культура, підприємство, персонал, організація.*

Iryna Benderska

ORGANIZATIONAL-ECONOMIC CULTURE IN ACTIVITY OF MASHINE-BUILDING ENTERPRISES

Abstract. The role and importance of organizational and economic culture of the engineering industry, and the peculiarities of the influence of culture on each chain management company in particular.

Keywords: *organizational-economic culture, business, personnel, organization.*

Мета формування організаційно-економічної культури на підприємстві полягає у забезпеченні високої прибутковості підприємства за рахунок максимізації ефективності менеджменту та якісного поліпшення діяльності підприємства в цілому [2] за допомогою:

- удосконалення управління людськими ресурсами;
- формування у працівників ставлення до свого підприємства як до сучасного європейського виробничого реформування (своєї другої домівки);
- розвитку здатності як в ділових, так і в особистих відносинах, спиратися на встановлені норми поведінки, вирішувати будь-які проблеми без конфліктів;
- розроблення нового механізму розвитку організаційної-економічної культури.

На даний час в економічній літературі є багато визначень поняття організаційно-економічної культури. Враховуючи усі недоліки та протиріччя пропонуємо трактувати організаційно-економічну культуру як комплекс соціальних та економічних чинників, що впливають на розвиток діяльності машинобудівних підприємств.

Оскільки організаційна культура впливає на весь особовий склад підприємства – від інституціонального до технічного рівня управління, тому необхідно враховувати, що вона відіграє певну роль у діяльності та житті кожної людини [4]:

- для власника підприємства – це один із способів самореалізації;
- для менеджерів – це стимул до самоорганізації і орієнтир для дотримання встановленого розпорядку;
- для працівників – умови праці та діяльності на підприємстві.

Культура організації відображає цінності, норми поведінки, які сформувалися під управлінським впливом історії розвитку організації. Вона несе в собі, як основу, риси національної культури тієї країни або регіону, в якій існує підприємство. Але не варто

забувати, що сильний вплив на зміст організаційної культури мали цінності, принципи, установки і уявлення тих, хто створював цю організацію [3].

Сьогодні в Україні існують організації, що зароджувалися у радянський період, де структура визначалася тогочасними уявленнями про ефективну структуру управління та організаційну культуру, але з плином часу організаційна культура вдосконалювалася і тепер можна спостерігати кардинальні зміни в діяльності підприємства від структури управління до манери спілкування з клієнтами.

Іншим важливим аспектом дослідження є роль організаційної культури з точки зору менеджерів вищої ланки управління.

Відношення керівництва до організаційної культури може проявлятися двояко: якщо культура не суперечить цільовим установкам керівництва, то вони її не відчувають, не помічають, але відчувають себе комфортно. Однак, якщо базові установки існуючої культури не сприяють розвитку організації, якщо цілі працівників суперечать цілям керівництва, то культура стає серйозною перешкодою на шляху розвитку і може стати причиною краху підприємства.

Таким чином, для керівників організаційна культура виступає як регулятор поведінки співробітників, який у кращому випадку сприяє процвітанню організації, в гіршому заважає і обмежує можливості розвитку. Культура організації є найсильнішим мотиватором або демотиватором діяльності персоналу, і керівники змушені шукати важелі посилення мотивуючої здатності організаційної культури або ослаблення демотивуючого впливу організаційної культури.

Проаналізувавши організаційну культуру з точки зору її властивостей, функцій та елементів, а також її сильних і слабких сторін, керівники машинобудівних підприємств мають можливість уникнути багатьох помилок, зайвих витрат і хвилювань. Дуже важливо знати, що будь-яке існуюче в організації явище тісно пов’язане з культурою організації, і найменша зміна спричинить реакцію культури в позитивну або негативну сторону. Персонал, який працює на підприємстві тривалий час, як правило, не помічає проявів культури, а поведінка оточуючих йому здається звичною. Усвідомити власну організаційну культуру він може при порівнянні її з іншим підприємством.

Для працівників підприємства організаційна культура створює спрямованість діяльності, орієнтир, адже мета діяльності тісно пов’язана з цінностями, прийнятими в організації, а також допустимі способи досягнення різних цілей, як особистих, так і організаційних. Відносна стійкість характеристик культури до змін підтримує у працівників почуття стабільності, що відповідає потребі в безпеці, однією з базових потреб людини.

Занадто швидкі зміни елементів культури, особливо глобальні, що стосуються структури підприємства, порушують відчуття стабільності і викликають почуття тривоги за майбутнє у професійній діяльності. Якщо великі зміни відбуваються у зовнішньому середовищі, організаційна культура орієнтує працівників, служить своєрідною технологією виживання,сприяє збереженню положення організації на ринку.

Використана література

1. Катков В. Формирование организационной культуры на промышленном предприятии / В. Катков // Управление персоналом. – 2000. – № 2. – С. 15.

2. Корпоративная культура [краткий теоретический курс] [Електронний ресурс] – Режим доступу:http : // HR_Portal.ru.

3.Организационная культура: учебное пособие / за ред. О. Е. Стеклова. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 127 с.

4. Спивак В. А. Организационное поведение и управление персоналом / В. А. Спивак. – СПб.: Питер, 2000. – 102 с.

УДК 338.24
Ірина Крамар, аспірант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто основні особливості державної підтримки малого підприємництва в Україні.
Ключові слова: *державна підтримка, нормативно-правова база, мале підприємництво.*

Iryna Kramar

THE PECULIARITIES OF STATE SUPPORT OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

Abstract. The basic peculiarities of state support of small entrepreneurship in Ukraine are considered.
Keywords: *state support, normative and legal base, small entrepreneurship*.

Державна підтримка підприємницької діяльності в Україні здійснюється правовими та економічними способами. Державна політика у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні здійснюється з метою формування конкурентного середовища в економіці України, збільшення кількості суб'єктів малого і середнього підприємництва, забезпечення сприятливих умов розвитку малих і середніх підприємств та їх конкурентоспроможності, сприяння у просуванні вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на ринок України і ринки іноземних держав; забезпечення зайнятості населення та збільшення частки сплачених суб'єктами малого і середнього підприємництва податків у податкових доходах державного та місцевих бюджетів України.

Основними напрямами державної політики у цій сфері є удосконалення порядку ведення податкового і статистичного обліку та звітності суб'єктів господарської діяльності; запровадження спрощеної системи оподаткування; забезпечення державної підтримки суб'єктів малого й середнього підприємництва, що працюють у сфері інвестиційної, інноваційної та науково-технічної діяльності, в тому числі їх залучення до виконання науково-технічних і соціально-економічних програм та їх фінансово-кредитної державної підтримки; сприяння розвитку інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва; гарантування прав суб'єктів малого і середнього підприємництва під час здійснення державного контролю і сприяння спрощенню дозвільних процедур та процедур здійснення державного контролю, отримання документів дозвільного характеру для суб'єктів малого і середнього підприємництва та скорочення терміну проведення таких процедур; організація підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для малих і середніх підприємств.

Розвиток підприємництва, в тому числі, малого, регулюється Цивільним та Господарським кодексами України, Законами України, Указами Президента, Постановами Кабінету міністрів тощо.

Право особи на здійснення підприємницької діяльності зафіксоване у Цивільному кодексі України [1]. У прийнятому в 2003 р. Верховною Радою Господарському кодексі подано означення підприємництва "як самостійної, ініціативної, систематичної, на власний ризик господарської діяльності, яку здійснюють суб'єкти господарювання (підприємці) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та отримання

прибутку" [2]. Підкреслимо творчий і вільний характер підприємницької діяльності, адже у Кодексі декларується свобода такої діяльності й серед ключових принципів є вільний вибір видів діяльності, постачальників і споживачів продукції, встановлення цін, можливість здійснювати і розпоряджатися зовнішньоекономічною діяльністю, прибутком. Крім того, державою гарантується організаційна підтримка та створення економічних умов для розвитку, підприємництва, в тому числі, шляхом стимулювання модернізації технології, інноваційної діяльності, освоєння нових видів продукції та послуг.

У березні 1991 р. у Законі «Про підприємства в Україні» вперше введено поняття «мале підприємство» і з того часу такі підприємства отримали юридичне право на існування. Однак, наприклад, у Законі України «Про підприємництво», який втратив чинність з 1 січня 2004 року в зв'язку з прийняттям Господарського кодексу України, чисельність працівників малих підприємств була різною – від 15 для торгових підприємств до 200 осіб для промисловості і будівництва. При цьому нічого не говорилось про обсяг річного валового доходу. І лише в жовтні 2000 року з прийняттям Закону України «Про державну підтримку малого підприємництва» [3], дане теперішнє визначення суб'єктів малого підприємництва: "фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності; юридичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 70 млн гривень".

У цьому ж документі законодавчо закріплено обов'язковість підтримки розвитку малого бізнесу через виконання Національної та регіональних програм сприяння розвитку малого підприємництва, а також вказані фінансові джерела їх виконання.

Рівень розвитку національної економіки безпосередньо пов'язаний з процесом становлення малого і середнього підприємництва, а тенденції змін у цьому процесі є комплексним індикатором стану впровадження в країні ринкових реформ. Отже, формування конкурентноспроможної соціально спрямованої економіки з розвиненим приватним сектором та його важливою складовою - підприємництвом - є стратегічним курсом економічної політики України.

Свідченням розуміння владою ролі підприємництва в соціально-економічному житті країни є той факт, що одразу після відновлення Україною незалежності з метою сприяння реалізації державної політики розвитку підприємництва був створений Український фонд підтримки підприємництва (УФПП), який визначався як організація, що здійснює фінансове забезпечення реалізації державної політики підтримки підприємництва на загальнодержавному рівні.

Як бачимо, з формальної точки зору мале підприємництво в Україні має достатню правову базу, але в реальному житті багато із законодавчих та нормативних актів не виконуються.

Використана література

1. Цивільний кодекс України № 435-IV від 16.01.2003 р.

2. Господарський кодекс України (Зі змінами, внесеними згідно із Законом України № 1617-VI від 24.07.2009 р.) № 436-IV від 16.01.2003 р.

3. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» № 2063-III від 19.10.2000 р.

УДК 339.727.2
Віталій Кудлак, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

МІЖНАРОДНА ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЗИЦІЯ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ

Анотація. В тезах розглядається поняття, методологія та вітчизняна практика складання показника міжнародної інвестиційної позиції. Аналізується поточний стан інвестиційної позиції України.
Ключові слова: міжнародна інвестиційна позиція, міжнародні інвестиції, прямі іноземні інвестиції, портфельні інвестиції, Національний банк України.

Vitalii Kudlak

INTERNATIONAL INVESTMENT POSITION OF UKRAINE: THE PRESENT SITUATION AND THE DYNAMICS OF DEVELOPMENT

Abstract. The concept, methodology and practice of the domestic index of international investment position are examined in theses. The current state of the investment position of Ukraine is analyzed.
Keywords: *international investment position, international investment, foreign direct investment, portfolio investment, the National Bank of Ukraine.*

Як відомо, ефективність інвестування багато в чому залежить від рівня інформованості про об’єкт інвестування. В процесі реалізації міжнародних інвестиційних проектів важливого значення набуває не тільки інформація про безпосередній об’єкт інвестицій, важливе значення має інвестиційний клімат країни-імпортера інвестицій. Саме тому у світовій практиці розроблено та використовується ряд показників та рейтингових оцінок для визначення інвестиційної привабливості економіки конкретних країн. Серед інших варто виділити показник «міжнародної інвестиційної позиції країни».

Згідно визначення за методологією Міжнародного валютного фонду, яке прийняте і в Україні, міжнародна інвестиційна позиція – це статистичний звіт, що відображає накопичені запаси зовнішніх фінансових активів та пасивів країни. Йдеться про всі фінансові вимоги та зобов’язання резидентів країни щодо нерезидентів.

Національний банк України, виконуючи вимоги передбачені угодою з МВФ щодо надання інформації про міжнародну інвестиційну позицію України, починаючи з 1997 року здійснює роботу з розробки методики та інформаційної бази для визначення даного показника. Крім того, складання інвестиційної позиції дозволяє визначити ряд важливих параметрів, що характеризують міжнародну економічну діяльність країни, зокрема:

- ✓ стан зовнішньоекономічних зв’язків з іншими країнами світу;
- ✓ накопичення запасів зовнішніх фінансових активів та зобов’язань країни;
- ✓ структуру та обсяги зарубіжних капіталовкладень у формі прямих та портфельних інвестицій;
- ✓ структуру та обсяги зовнішньої заборгованості в контексті визначення критеріїв оптимальних розмірів зовнішніх запозичень;
- ✓ стан резервних активів (запасів) країни.

Як вже зазначалось, роботу по розрахунку міжнародної інвестиційної позиції України проводить НБУ. Вона формується в табличному вигляді, де вказуються основні компоненти зовнішніх вимог та зобов’язань нашої країни, що відповідають

статтям фінансового рахунку платіжного балансу. Починаючи з 2009 р. показник міжнародної інвестиційної позиції України складається щоквартально та оприлюднюється на 85-90 день після закінчення звітного періоду.

Фінансові компоненти міжнародної інвестиційної позиції складаються з портфельних, прямих та інших інвестицій, а також з резервних активів, що належать до вимог країни. Зазначені компоненти інвестицій класифікуються за типами фінансових інструментів та секторами економіки.

Згідно даних Національного банку України, негативне значення чистої інвестиційної позиції України за перше півріччя 2011 року збільшилося на 4,5% - до 40,51 мільярда доларів.

Згідно із офіційною статистикою НБУ, із початку року активи України збільшилися на 5,8% - до 141,21 мільярда доларів, зокрема, прямі інвестиції за кордон зросли на 89 мільйона доларів - до 8,055 мільярда доларів.

Пасиви України збільшилися на 5,5% - до 181,72 мільярда доларів, зокрема, прямі інвестиції в Україну зросли на 3,68 мільярда доларів - до 61,66 мільярда доларів, портфельні інвестиції - з 20,03 мільярда доларів до 23,28 мільярда доларів.

Отже, інвестиційна позиція є важливим показником, що характеризує стан зовнішньоекономічної діяльності України та має широкий спектр використання як для органів державної влади, так і для закордонних інвесторів.

УДК 65.012
Леся Кухній, здобувач
ПВНЗ "Галицька академія", Україна

РОЛЬ РЕЖИМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Анотація. Розглянуто суть, можливі види та фактори режимів функціонування соціально-економічних систем.

Ключові слова: *соціально-економічна система, режим функціонування, фактори збурення режиму.*

Lesya Kukhniy

ROLE OF MODE OF FUNCTIONING OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS

Abstract. Essence, possible kinds and factors of the modes of functioning of the socio-economic systems, is considered.

Keywords: *socio-economic system, mode of functioning, factors of indignation of the mode.*

В сучасних умовах жорсткої конкуренції пріоритетним завданням соціально-економічних систем, як господарюючих суб'єктів ринку, є їх довготривале успішне функціонування. Реалізація цього завдання залежить від численної кількості факторів, вагому роль серед яких відіграє їх режим функціонування.

У відповідності з теорією систем, соціально-економічна система характеризується, як і будь-яка функціонуюча система, такими системними характеристиками як вхід, вихід, ціль і критерій ефективності функціонування системи.

Поєднання кількісних значень перших трьох характеристик системи слід вважати режимом її функціонування, або іншими словами, режим функціонування це сукупність показників, які відображають здатність потужностей цієї системи забезпечувати виробництво означеної кількості продукту чи іншого результату

впродовж всього свого життєвого циклу, споживаючи нормативні обсяги ресурсів матеріальних, трудових чи фінансових тощо.

Знання проектного режиму функціонування соціально-економічної системи є базовою компетенцією менеджера. Менеджеру належить враховувати, що режими функціонування системи можуть бути різними стосовно до можливостей системи. Так, в технічних системах виділяють: режим запуску системи, що передбачає час переведення системи із стану бездіяльності до її функціонування в заданому проектом режимі; режим холостого ходу, що означає діяльність системи без здійснення функції перетворення, тобто, без вироблення цільового результату - виходу системи.

Крім того, в технічних системах широко відоме поняття форсованого режиму, який передбачає короткотермінове, понад проектне перевантаження роботи системи з метою отримання від неї надвисоких результатів, цільових виходів, що є загрозливо ризикованим для самої системи (перегрівання двигунів тощо).

Всі ці набутки із знання механізмів функціонування технічних систем належить творчо осмислити менеджерам і творчо перенести на механізм функціонування керованих ними соціально-економічних систем.

Реалізація функції перетворення соціально-економічною системою, її функціонування в плановому режимі піддається випадковим впливам середовищ, які можуть зумовити порушення режиму її функціонування.

Фактори, які приводять до появи випадкових, тимчасово діючих збурень функціонування, повинні виявлятися і усуватися оперативно менеджерами системи. А от наявна неузгодженість механізмів функціонування підсистем створює постійно діючі фактори, які збурюють стійкість режиму її функціонування.

Проблема постійно діючих збурень складніша випадкових, бо в її основі лежать недоліки існуючої організації виробничо-господарських зв'язків кооперації підсистем різних організаційних рівнів.

Отже, діяльність щодо підвищення надійності функціонування соціально-економічних систем дозволить зменшити потребу менеджерського втручання в цей процес, підвищить продуктивність менеджерської діяльності.

УДК 330. 08

Віталій Левицький, к.і.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА ЇХ ВІДОБРАЖЕННЯ В ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЯХ XX СТОЛІТТЯ

Анотація. Тези доповіді розкривають основні проблеми соціально-економічного розвитку та їх відображення в економічних теоріях XX століття

Ключові слова: *соціально-економічний розвиток, економічні системи, економічна теорія, економічні процеси.*

Vitaliy Levytskyi

THE PROBLEMS OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT AND REFLECTION IN ECONOMIC THEORY XX CENTURY

Abstract. Abstracts reveal basic problems of socio-economic development and their reflection in the economic theories of the twentieth century

Keywords: *socio-economic development, economic systems, economic theory, economic processes.*

Розгляд особливостей соціально-економічного розвитку людства протягом XX ст. необхідно розпочати із загальної характеристики історичного періоду кінця XIX –

початку XX ст. Адже XIX століття завершувалося переходом економічної системи провідних країн до якісно іншого стану. Доба вільної конкуренції поступилася економічній системі монополістичної конкуренції, яка проіснувала до середини XX століття. Глибокі зміни, що відбувалися під впливом науково-технічного прогресу в суспільно-політичному житті розвинутих країн зумовили якісні зрушення в характері та структурі виробництва, методах управління економічною діяльністю на мікро- та макрорівнях, у сфері споживання.

Із розвитком капіталізму відбувається швидке руйнування механізму автоматичного ринкового саморегулювання. На межі XX століття монополії остаточно знищують вільну конкуренцію як регулятор капіталістичного господарства. Вільне переливання капіталу та робочої сили, вирівнювання цін та норми прибутку стають тепер неможливими. Монополістична система спричиняється до різкого загострення боротьби між найбільшими компаніями світу і урядами національних держав за контроль над джерелами дешевої сировини та ринків збуту. Ця боротьба стала причиною двох світових війн і численних регіональних конфліктів.

Прискорена трансформація однієї економічної системи в іншу супроводжується і зміною соціальної структури суспільства. Зростає кількість міст, кількість і частка міського населення, відповідно скорочується частка тих, хто зайнятий у сільському господарстві та проживає в сільській місцевості. Паралельно відбувається процес зростання та зміцнення робітничого класу. Але найбільш значущою соціальною зміною в цей період стає зміцнення позицій «середнього класу», який на початку XX ст. в найрозвинутіших країнах (Англія, США, Франція) становив 20 – 25% населення. Міцний «середній клас» цих країн відігравав роль стабілізатора суспільства, який запобігав серйозним соціальним потрясінням.

Обов'язково треба звернути увагу на те, що в добу монополістичної конкуренції рівень та якість життя всіх без винятку соціальних груп населення постійно зростали. Це відбувалося завдяки, з одного боку, успіхам медицини та поширенню освіти, а з другого – значному збільшенню виробництва, що забезпечувалося широким використанням досягнень науково-технічної революції та наукової організації праці.

Усе це потребувало формування нових підходів до пояснення процесів та явищ суспільної практики, використання нових методів аналізу дослідження економічних процесів. Адже економічне зростання все частіше переривалося кризами, найбільш глибокою з яких була світова економічна криза 1929 – 1939 рр. та наступна депресія 30-х років. Вона стала серйозним випробуванням як економічної системи, що почала свою чергову трансформацію, так і економічної науки.

Як відомо, економічні кризи завжди дають міцний поштовх розвитку економічної теорії. Складні процеси становлення й розвитку монополістичної стадії капіталізму зумовили появу різних течій в економічній думці XX століття. Сучасна економічна теорія також є неоднорідною, тому вона так і не спромоглася уникнути розбіжностей у визначенні предмета дослідження, теоретичному трактуванні економічних явищ, у методах вивчення основних способів впливу на соціально-економічні процеси та визначення ролі держави у їх здійсненні. Ці розбіжності пояснюються також відповідною соціальною структурою суспільства та наявністю різних економічних інтересів у представників різних суспільних прошарків.

Всю сукупність течій, шкіл, що репрезентують економічну теорію в XX столітті, умовно можна згрупувати за такими трьома основними напрямами: неокласичний, кейнсіанський; інституціональний. Крім того, не слід забувати і про такі напрями економічної думки XX ст., як соціал-реформізм та економічні теоретичні засади радянського ладу, спрямовані на впровадження в реальне господарське життя після революції 1917 р. наукових постулатів марксизму-ленінізму.

З'ясовуючи характерні для цих напрямів економічної думки особливості, слід не лише уяснити їхню еволюцію, а й замислитись над тим, що спричиняло цю еволюцію і що нового вона внесла в розвиток економічної теорії.

УДК 331.101.3
Галина Левчунь, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ФОРМУВАННЯ РИНКОВОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ

Анотація. Обгрунтована необхідність формування ринкової системи мотивації праці. Розглянуто сутність мотиваційного процесу, визначені сучасні методи мотивації праці.

Ключові слова: *система мотивації праці, мотиви, стимули, матеріальна, нематеріальна мотивація, оплата праці, стимулювання працівників.*

Halyna Levchun'

FORMING OF MARKET SYSTEM OF MOTIVATION OF LABOUR

Abstract. Obrgruntovana necessity of forming of the market system of motivation of labour.Essence of motivational process, modern methods of motivation of labour, is considered.

Keywords: *system of motivation of labour, reasons, stimuli, financial, immaterial motivation, payment of labour, stimulation of workers.*

В умовах становлення ринкових відносин зростання конкурентоспроможності підприємства обумовлюється, головним чином, ефективністю використання його кадрового потенціалу. Як свідчить досвід розвинутих країн світу, за допомогою мотивації підвищуються продуктивність праці та ефективність виробництва. Сьогодні переваги мають ті підприємства, в яких існує ефективний механізм мотивації праці, оскільки забезпечення належної їх роботи є неможливим без розуміння мотивів і потреб працівників з метою правильного використання стимулів до праці. Процес втрати інтересу працівника до праці дає такий негативний результат, як плинність кадрів. Тому формування адекватної ринковим умовам системи мотивації праці найманих працівників є однією з найактуальніших проблем сьогодення.

Система мотивації праці найманих працівників включає: визначення потреб персоналу і забезпечення їх задоволення, розробку систем винагороди за виконану роботу та застосування гнучких форм оплати праці, використання різноманітних стимулів для ефективної роботи підприємства. Матеріальна мотивація в сучасних умовах поширення бідності серед економічно активного населення відіграє важливу роль в системі стимулювання праці. Оплата праці є мотивуючим фактором тоді, коли вона безпосередньо пов’язана з підсумками праці. Найпопулярнішими методами матеріальної мотивації в сучасних умовах є: зарплата, додаткові премії за виконання поставлених завдань, оплата навчання працівників, медичне обслуговування, доплати до основної зарплати за володіння певними навиками та вміннями тощо. Проте стимулювання працівників лише грошовими методами не може вплинути на довгострокове підвищення продуктивності праці. Останнім часом провідні компанії світу використовують такі методи нематеріальної мотивації: застосування гнучких графіків роботи, поліпшення умов праці, скорочений робочий день, збільшення відпустки, надання працівникові більшої самостійності у прийнятті рішень,

переведення працівника на більш високу, престижну посаду. Не існує єдиних методів мотивації персоналу, ефективних у всі часи і при будь-яких обставинах. Вибір конкретного методу мотивації повинен, у першу чергу, визначати загальну стратегію управління персоналом. Щоб не дозволити втрату потенційного прибутку, менеджер повинен добитися максимальної віддачі від своїх підлеглих.

УДК 330.8
Nataliia Marynenko, Ph.D., Associate Professor
Halyna Tsikh, Ph.D., Associate Professor
Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University, Ukraine

KEYNESIAN AND NEOCONSERVATIVE PARADIGMS: APPROACHES CONCERNING THE BASIC PROCESSES OF ECONOMIC DEVELOPMENT

Abstract. The theoretical basis of the world countries' economic development in the second half of the 20th – beginning of 21st centuries – paradigms of Keynesianism and neoconservatism (including monetarism, theory of rational expectations, supply-side economics) are analyzed.

Keywords: *Keynesianism, neoconservatism, monetarism, theory of rational expectations, supply-side economics.*

Наталія Мариненко, к.е.н., доцент, Галина Ціх, к.е.н., доцент

ПАРАДИГМИ КЕЙНСІАНСТВА ТА НЕОКОНСЕРВАТИЗМУ: ПОГЛЯДИ НА ОСНОВНІ ПРОЦЕСИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Анотація. Проаналізовано теоретичні засади економічного розвитку країн світу у другій половині XX – на початку XXI ст. – парадигми кейнсіанства та неоконсерватизму (монетаризму, теорій раціональних очікувань й економіки пропозиції).

Ключові слова: *кейнсіанство, неоконсерватизм, монетаризм, теорія раціональних очікувань, теорія економіки пропозиції.*

During the 20th century there were few significant changes of paradigms in economic science. The attention in this paper will be focused on the theories that played the major role in the economic development of the world countries in the second half of the 20th – at the beginning of the 21st centuries. These two mainstream economic paradigms are Keynesianism and neoconservatism.

According to Keynesian economics the state can stimulate economic growth and improve stability in the private sector – through, for example, interest rates, taxation and public projects. In Keynes's theory, some micro-level actions of individuals and firms can lead to aggregate macroeconomic outcomes in which the economy operates below its potential output and growth. Keynes contended that aggregate demand for goods might be insufficient during economic downturns, leading to unnecessarily high unemployment and losses of potential output. Keynes argued that government policies could be used to increase aggregate demand, thus increasing economic activity and reducing high unemployment and deflation. A central conclusion of Keynesian economics is that in some situations, no strong automatic mechanism moves output and employment towards full employment levels.

After J. M. Keynes, Keynesian analysis was combined with neoclassical economics to the "neoclassical synthesis". Though it was widely held that there was no strong automatic tendency to full employment, many believed that if government policy were used to ensure it, the economy would behave as classical or neoclassical theory predicted.

Through the 1950s, moderate degrees of government demand leading industrial development, and use of fiscal and monetary counter-cyclical policies continued, and reached a peak in the 1960s, where it seemed to many Keynesians that prosperity was now permanent. In this era most western countries faced low, stable unemployment and modest inflation.

However, with the oil shock of 1973, and the economic problems of the 1970s, neoconservative doctrines began to fall out of favor. During this time, many economies experienced high and rising unemployment, coupled with high and rising inflation, contradicting the Phillips curve's prediction. This stagflation meant that the simultaneous application of expansionary (anti-recession) and contractionary (anti-inflation) policies appeared to be necessary, a clear impossibility. This dilemma led to the end of the Keynesian near-consensus of the 1960s, and the rise throughout the 1970s of ideas based upon more neoconservative analysis, including monetarism, supply-side economics and new classical economics (rational expectations economics). At the same time Keynesians began during the period to reorganize their thinking (New Keynesian economics in particular).

Monetarism is a school of economic thought that maintains that the money supply (the total amount of money in an economy, in the form of coin, currency, and bank deposits) is the chief determinant on the demand side of short-run economic activity. To the monetarists point of view the variation in the money supply has major influences on national output in the short run and the price level over longer periods and that objectives of monetary policy are best met by targeting the growth rate of the money supply.

Supply-side economics is a school of macroeconomic thought according to which the economic growth can be most effectively created by lowering barriers for people to produce (supply) goods and services, such as lowering income tax and capital gains tax rates, and by allowing greater flexibility by reducing regulation. Typical assumptions of supply-side economics are: a) the decision to supply more or less of a factor is determined by the marginal tax rate (the rate of taxes people pay on their last dollar earned); b) when marginal tax rates go up, aggregate supply goes down. The average tax rate does not matter; c) this shift in aggregate supply is more important for predicting what taxes will do than is the shift in aggregate demand.

Rational expectations – expectations that are unbiased and based upon the best available information. According to the rational-expectations theory high unemployment and recession occur because people are lack of the information necessary to make the work and employment choices necessary to bring the economy to produce up to its potential. Rational expectations say prices would be halved if people were well informed. However, if the event was unexpected, it may take time for them to discover what has happened. The rational-expectations theory can be explained by the following assumptions:

1) People will try to make good forecasts. They try to make the best forecasts, as follows: a) they make unbiased forecasts; b) they use the available information well.

2) People take steps to avoid being fooled. It is impossible for the government to fool people systematically into increasing output. The effects of continued changes in government policy will be to dull the economy's responses to real changes and to increase uncertainty.

3) Prices and wages will become more flexible if the government keeps trying to fool suppliers and workers into increasing output and employment. Being fooled is costly. However, having flexible wages and prices is also costly. People balance these two costs: when the government tries to fool people more often, people will in turn pay the costs of becoming more flexible.

Starting the early 1950th, there are disagreements in views on macroeconomic processes between Keynesians and neoconservators. Among these disagreements are the following ones:

1. Monetarists believe that the economy will usually be at full employment unless the government acts to destabilize the economy. In addition, monetarists believe in a faster time recovery of the economy on its own from a recession than Keynesians.

2. To the monetarists view most recessions have been caused by sharp decreases in the growth rate of the money supply. They point to the Great Depression (when the money supply was cut by one-third) and to the 1981-1982 recession (when the money growth rate was cut by one-half). Keynesians believe that recessions have been caused by the changes (dramatic decline) in investment spending (and consumer durable spending).

3. Economists have identified several key "lags" in using economic policy to affect the economy actively (which is called discretionary economic policy)**.** Suppose the economy is in a recession. The first lag is the recognition lag**:** it takes time for the government to recognize that something is wrong with the economy. The second lag is the implementation lag**:** it takes time for the government to implement its policy and take action. The final lag is the effectiveness lag**:** it takes time for government action to affect the economy. If these lags are too long and if their length is uncertain, the effect of discretionary policy can be for the government to do the wrong thing at the wrong time. For example, a policy to dampen inflation may impact the economy later when it is in a recession, making the recession worse. Monetarists believe the government should steer a steady course by following a set of fixed rules. Keynesians, on the other hand, more readily advocate discretionary policy action, although many now reject trying to "fine-tune" the economy with continual discretionary policy action.

4. Keynesians believe that government spending can have a strong positive effect on the economy. Investments in basic research, in highways, and in related projects have produced very good results. Monetarists tend to doubt that most added government programs will be efficient.

5. Keynesians believe that if government spending is productive, then the higher taxes needed to support the government spending will not harm the economy. Supply-side economists and monetarists believe that taxes reduce aggregate supply (AS) and slow the growth rate of output.

6. Keynesians tend to believe the AS curve is flat (especially when the economy is in a recession) and is slow to shift up when prices increase. Monetarists tend to believe that the AS curve is steep and that it will shift up quickly when prices increase.

7. Monetarists believe that more money causes people to spend more even if the interest rate does not change.

In conclusion it should be noted that the central problem – strengthening of the uneven socio-economic development of the world, socio-economic inequality, income distribution and full employment could not be solved by the use of only one economic policy based on recommendations of the mainstream economic theory. That's why the discussion between the representatives of alternative economic theories should be done.

УДК 330.5
Ірина Нагорняк, ст. викладач
Любов Гац, ст. викладач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ЗМІСТ БЕЗПЕКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Анотація. Окреслено завдання забезпечення безпеки соціально-економічної системи. Охарактеризовано економічну безпеку країни.
Ключові слова: *соціально-економічна система, безпека, економічна безпека, загроза, небезпека.*

Iryna Nahornyak, Lyubov Hats

THE CONTENT OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEM SECURITY

Abstract. The tasks of providing of socio-economic system security are described. The economic security of the country is considered.
Keywords: *socio-economic system, security, economic security, threat, danger.*

Одним із головних завдань управління економікою є підтримка такого її стану та макроекономічної рівноваги, які б дозволили досягнути запланованих показників економічного розвитку у суспільстві, забезпечити резистентність економічної системи до різноманітних загроз та зробити можливою реалізацію інтересів і потреб людини, підприємства, держави, суспільства.

Економічна небезпека є конкретною і реальною формою розвитку загрози. Економічна загроза – це потенційна можливість нанесення шкоди суб'єктам господарювання з боку окремих чинників, що впливають на передумови їх економічної діяльності. Різного роду загрози (або, навіть, небезпеки) можуть призвести до неспроможності економічного суб'єкта чи економічної системи досягнути поставлених цілей та бажаної динаміки розвитку. Також існування небезпек можуть викликати неможливість економічної системи (часткову або повну) до спроможності відтворювати власну соціально-економічну тотожність. За своєю природою небезпека виконує деструктивну дію.

Діяльність із забезпечення безпеки соціально-економічної системи полягає у подоланні протиріч між небезпекою та прагненнями суб'єктів економіки досягнути реалізації особистих інтересів та забезпечити успішність свого господарювання в межах функціонального призначення у суспільстві шляхом попередження, локалізації та обмеження потенційних чи реальних загроз.

Безпека соціально-економічної системи є результатом управління, метою якого є усунення загроз, що мають складну, множинну природу: з одного боку – це здатність системи попереджувати можливість заподіяння шкоди інтересам суб'єктів (особи, суспільства чи держави), з другого – це виявлення стану захищеності їх інтересів, з третього – це система заходів безпеки.

Одним з найважливіших елементів безпеки країни є економічна безпека, зміст якої розкривається як певний стан економіки та інститутів влади, за якого гарантовано захист національних інтересів, соціальна скерованість політики, забезпечено оборонний потенціал країни, навіть за несприятливих умов розвитку внутрішніх і зовнішніх процесів. Також економічна безпека соціально-економічної системи включає готовність та спроможність інститутів влади формувати механізми реалізації та захисту національних інтересів розвитку економіки, підтримки соціально-політичної стабільності.

УДК 658
Яна Панухник, здобувач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Анотація. Виявлено ризики та проблеми діяльності машинобудівної промисловості України, визначено пріоритети державного впливу на розвиток машинобудівної промисловості у рамках антикризової політики України.
Ключові слова: *машинобудування, пріоритети розвитку, регулювання розвитку, промисловість.*

Iana Panukhnyk

PRIORITIES OF MACHINE-BUILDING INDUSTRY DEVELOPMENT IN UKRAINE

Abstract. Risks and problems of Ukrainian machine-building industry functioning are discovered, priorities of state influence on development of machine-building industry within the framework of anti crisis policy of Ukraine are determined.
Keywords: *machine-building industry, priorities of development, adjusting of development, industry.*

Машинобудування є однією з основних галузей промисловості України, де зосереджено 20 % основних засобів промисловості та виробництво інноваційної продукції з високим рівнем доданої вартості. Обґрунтування пріоритетів розвитку вітчизняного машинобудування сприятиме відновленню його ролі у якості локомотива економічного зростання України та забезпеченню модернізації економіки держави загалом.

Випереджаючий розвиток машинобудівної промисловості сприятиме: досягненню позитивного синергетичного ефекту в супутніх галузях промисловості, насамперед гірничо-видобувній, чорній та кольоровій металургії, металообробці через збільшення споживання їх продукції; створенню замкнених виробничих циклів, побудованих на коопераційних зв'язках між українськими підприємствами; розвитку внутрішнього ринку збуту споживчих і промислових товарів власного виробництва; зростанню частки товарів з високою доданою вартістю у загальному експорті товарів, зменшенню негативного сальдо зовнішньої торгівлі товарами; загальному пожвавленню виробничої активності, що призведе до збільшення прибутків підприємств, які можуть бути спрямовані на технічне переозброєння та модернізацію виробництв; створенню додаткових робочих місць у машинобудівній і супутніх галузях.

Машинобудування є однією з галузей промисловості, які найбільше постраждали внаслідок світової фінансово-економічної кризи. Випереджаючий вихід з кризи машинобудівних підприємств інших країн посилить наступні ризики для вітчизняних машинобудівних підприємств: зростання імпорту в Україну більш конкурентоспроможної машинобудівної продукції через відновлення споживчого попиту з боку реального сектору і домогосподарств за умов поліпшення кредитування і стабілізації фінансової системи; витіснення вітчизняних виробників машинобудівної промисловості з внутрішнього ринку та скорочення їхньої частки на світових ринках через нездатність швидко адаптуватись до змін світової кон'юнктури; поглиблення науково-технологічного відставання виробництва на підприємствах вітчизняного машинобудування від світових лідерів і «консервування» застарілих технологічних укладів.

Виходячи з вищенаведеного, пріоритетами державного впливу на розвиток машинобудівної галузі в Україні у післякризовий період мають бути:

Стимулювання розгортання виробництва імпортозаміщуючої продукції на підприємствах машинобудівної промисловості, що передбачає: компенсацію банкам за рахунок держбюджету частини відсоткової ставки при кредитуванні операцій з придбання вітчизняної машинобудівної продукції і відповідного розширення внутрішнього попиту на цю продукцію; надання підприємствам, що розгортають виробництво імпортозаміщуючих товарів, в оренду на пільгових умовах вільних виробничих площ, що знаходяться в державній власності; розвиток системи фінансово-кредитного забезпечення імпортозаміщуючих виробництв у машинобудівній промисловості шляхом використання небанківських джерел інвестування, насамперед інститутів спільного інвестування; запровадження механізмів страхування ризиків впровадження новітніх технологій на підприємствах машинобудівної промисловості, зокрема щодо впровадження технологічних рішень, які застосовуються у виробництві імпортозаміщуючої продукції.

Нарощування обсягів реалізації української машинобудівної продукції на внутрішньому та зовнішніх ринках, для чого необхідно: проведення Торговельно-промисловою палатою України за підтримки Міністерства економічного розвитку і торгівлі виставкової, інформаційної та маркетингової діяльності, спрямованої на просування товарів машинобудівної промисловості України на перспективні ринки; надання короткострокових державних гарантій для отримання кредитів підприємствами машинобудівної галузі, які демонструють позитивний результат від операційної діяльності, мають позитивну кредитну історію, не припускались прострочень по кредитах та здійснювали соціальні зобов'язання у повному обсязі; надання державними банками кредитних ресурсів за пільговою відсотковою ставкою підприємствам машинобудівної галузі, що не мають заборгованості по заробітній платні, під виконання державних замовлень, у разі спрямування певної частки від отриманого прибутку на інвестування в основні засоби; прискорення гармонізації стандартів, прийнятих у машинобудівній промисловості, із стандартами країн – імпортерів машинобудівної продукції України; проведення консультацій з основними партнерами у зовнішній торгівлі машинобудівною продукцією про взаємне скасування митних тарифів на запасні частини, комплектуючі та агрегати в рамках міжнародної кооперації.

Зміцнення науково-технологічного потенціалу машинобудівної промисловості, що передбачає: постановку на баланси підприємств машинобудування нематеріальних активів, створених за рахунок державних коштів; формування системи передачі акціонерним товариствам цих активів у якості внеску держави в статутний капітал та додаткової емісії акцій, що забезпечується цим внеском; збільшення капіталізації вітчизняних машинобудівних підприємств шляхом проведення технологічного аудиту на цих підприємствах з метою виявлення об'єктів інтелектуальної власності та технологій та постановки їх на баланс в якості нематеріальних активів у передприватизаційний період; забезпечення захисту прав державних машинобудівних підприємств на об'єкти інтелектуальної власності, створені на основі сумісної діяльності з іноземними контрагентами відповідно до договорів про міжнародну науково-технічну кооперацію, шляхом визначення у таких договорах принципів та методів розподілу прав власності на об'єкти інтелектуальної власності та визначення порядку вирішення суперечок з цього питання; вдосконалення державного регулювання міжнародного трансферу технологій у напрямку попередження припливу морально застарілих технологій до підприємств машинобудівної промисловості шляхом проведення державної експертизи технологічних рішень, що надходять з-за

кордону, на основі перевірки новизни, ефективності, рівня безпеки та інших характеристик іноземної технології; прийняття законодавчого акту, що регулює відносини в сфері венчурного інвестування інноваційної діяльності, який передбачає визначення порядку інвестування венчурними фондами науково-технічних робіт на промислових підприємствах.

УДК 338.3

Наталя Равлик, здобувач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

СТРАТЕГІЧНІ ЗМІНИ ЯК БАЗОВИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО – ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Анотація. Розглянуто стратегічні зміни як базовий чинник розвитку соціально – економічні системи.

Ключові слова: *стратегічна зміна, соціально – економічна система, інноваційний розвиток, нововведення.*

Natalia Ravlyk

STRATEGIC CHANGES AS BASE FACTOR of DEVELOPMENT SOCIALLY – ECONOMIC SYSTEMS

Abstract. Strategic changes as base factor of development are considered socially are the economic systems

Keywords: *strategic change, socially is the economic system, innovative development, innovation.*

В сучасному українському суспільстві будь-які зміни є чинником розвитку соціально-економічних систем, оскільки вони будують конкурентне середовище.

Стратегічна зміна – це процес залучення добре проінформованих людей для реалізації змін, які спрямовані на засвоєння нових способів роботи, завдяки яким виграє вся організація як в теперішній час, так і в майбутньому(Роберт В. Джейкобс).

На думку С.А. Попова, стратегічні зміни – основний конструктивний зміст будь – якої стратегії. Саме стратегічні зміни є головними носіями нової якості в ході розвитку організації і саме стратегічні зміни являються є ключовим об’єктом управління в процесі реалізації як кожної спеціалізованої стратегії, так і корпоративної стратегії в цілому.

Отже проаналізувавши вище сказане, можна сказати, що стратегічні зміни – це дії, що спонукають організацію переходити з одного стану в інший більш перспективніший, та вчасно реагувати на ситуації котрі впливають на її діяльність.

Соціально-економічна система - цілісна сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих соціальних і економічних інститутів та відносин, зорієнтованих на збалансування інтересів у процесі динамічного розвитку суспільства через його інтелектуалізацію та вдосконалення виробництва, розподілу, обміну і споживання ресурсів, товарів і послуг (Н.М. Сіренко).

Стратегічні зміни на підприємстві, обумовлені обраною стратегією або її коригуванням в процесі реалізації, можуть бути як частковими, локальними, так і радикальними і кардинальними. Часткові зміни передбачають окремі зміни в будь-якій сфері діяльності підприємства (зміна пріоритетів, технології, структурні перетворення тощо). Локальні - відбуваються лише у певній сфері діяльності підприємства (перетворення бізнес-процесів, маркетингової політики). Локальні стратегічні зміни

мають місце, коли підприємство виходить із новим товаром на ринок, не змінюючи при цьому сфери своєї діяльності. Радикальні стратегічні зміни на підприємстві обумовлені кардинальною зміною умов функціонування або його стратегії і передбачають більш швидкі фундаментальні зміни в системі управління, структурі підприємства та бізнес-процесах.

Кардинальні зміни зовнішніх умов господарювання обумовлюють стратегічні зміни характеру та рівня ділової активності підприємства, організаційно-правової форми, структури власності, джерел фінансування, збутової політики тощо. До цього типу стратегічних змін відносяться і зміни, пов'язані з впровадженням концепції стратегічного управління на підприємстві.

Існують зовнішні та внутрішні чинники, що зумовлюють потребу в змінах. До зовнішніх чинників відносимо: конкуренція, урядові закони та нормативно – правові акти, новітні технології. Щодо внутрішніх, то сюди віднесемо: визначення або модифікування стратегії, впровадження нового обладнання, тощо.

Можна стверджувати, що еволюційний розвиток соціально-економічних систем призводить до змін, причому основними типами розвитку соціально-економічних системи є екстенсивний, інтенсивний та інноваційний. З положень інноваційного типу розвитку, інноваційні фактори (нова техніка і технології, нова організація праці і виробництва, мотиваційна та інформаційна системи тощо) є базовими факторами соціально-економічної системи. Сукупність даних факторів забезпечить ріст нового, більш стійкого типу розвитку, який буде спроможний набути якісних та адаптованих до ринкового середовища конкурентоспроможних характеристик.

Сприятливе конкурентне середовище можливе при здійсненні інноваційного розвитку. Поняття «нове», «новина», «новація», «інновація», «нововведення» віддзеркалюють шлях розвитку, який веде до змін через оновлення всіх елементів процесу: принципів, методів, цілей, що потребує подолання укорінених звичок, взаємозв'язків, стійких тенденцій і породжує нову якість, як-то: оновлену матеріально-технологічну базу, систему управління, суспільні відносини, новий спосіб життя, новітні життєві стилі.

Життєздатність національних економік насамперед визначається масштабами та якістю впровадження нових ідей, нових технологій, нових управлінських систем, нових продуктів, які є результатом розвитку науки та інноваційної діяльності. Коли відсутні важливі інноваційні зміни, економіка скочується до стагнації.

Тому головними проблемами сучасної ідеології управління є питання інноваційної діяльності. За кордоном, у першу чергу в США, Німеччині, виходить багато літератури з питань інноватики, у якій висвітлюються різні погляди на сутність теорії інноваційного розвитку, аналізуються успіхи і невдачі американських та інших компаній протягом тривалого часу. Автори роблять висновки, що нововведення підкоряються певним законам і можуть бути передбаченими. Так, дедалі більша кількість дослідників підтримують хвильову, циклічну концепцію розвитку нововведень.

Отже, інноваційна діяльність в образі інноваційних факторів відображає базові фактори соціально – економічних систем. Саме при здійсненні стратегічних змін відбувається перехід до більш стійкого типу інноваційного розвитку.

На сьогоднішній день є досить актуально дослідити закономірності процесів розвитку, формування новацій, нововведень, механізмів управління змінами, подолання опору нововведенням, адаптації до них людини, використання та поширення інноваційних потоків, інноваційної діяльності, їх вплив на сферу конкуренції, на розвиток суспільства в цілому. Лише при комплексній оцінці усіх цих понять можливо ефективно ввести нововведення чи зміну в потрібне місце та у потрібний час.

УДК: 338.23:330.131.5
Марія Рудакевич, д. держ. упр., професор
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ПРОЕКТ

Анотація. Розкрита концепція соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах підприємницької діяльності.
Ключові слова: *соціальна відповідальність бізнесу, соціальна відповідальність держави, соціальний проект, соціальний аудит.*

Mariya Rudakevych

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A SOCIAL PROJECT

Abstract. The concept of corporate social responsibility in modern conditions of entrepreneurship is disclosed.
Keywords: *corporate social responsibility, social responsibility of the state, social project, social audit.*

Чим є соціальна відповідальність *(СВ)* бізнесу в ринкових умовах господарювання з точки зору теорії і практики управління і чи коректно вести мову про соціальну відповідальність бізнесу в умовах тотальної економічної кризи?

У менеджменті найбільш поширені три концепції "соціальної відповідальності", які частково поділяють і вітчизняні науковці й бізнесмени: корпоративного егоїзму, корпоративного альтруїзму та розумного (освіченого) егоїзму. Як свідчить аналіз вітчизняного дискурсу, в ньому домінує редукція сутності даного явища до *потенційного зиску підприємства від імплементації СВ у бізнес-практику (чинити добро, щоб добре виглядати).* СВ розглядається як соціальний проект, який містить зовнішню і внутрішню складові. Першу характеризують заходи, спрямовані на формування позитивного іміджу, друга – реалізує політику соціальних відносин із найманими працівниками. Мораль-етика як стрижень даного явища не розглядається.

Ідея впровадження в українському бізнесі СВ у формі соціального проекту може бути продуктивною, якщо він розглядається в якості інструмента соціальних змін, спрямованих на розвиток у середовищі бізнесу (ширше – в суспільстві) соціальної суб'єктності (здатності окремого працівника, соціальної групи, суспільства в цілому виступати активним началом – діячем, творцем. Реалізація такого проекту потребує визначення чітких суспільних рамок – цінностей, норм, правил і процедур, а також програми соціальної підтримки, яка стимулюватиме пробудження соціально відповідальної позиції влади, сфери бізнесу, профспілок, споживача, кожного громадянина.

Соціальна діагностика українського суспільства засвідчує поглиблення процесів втрати моральних орієнтирів та наростання беззаконня. У нашій державі відсутня ціннісно-нормативна база соціальної консолідації (солідарності), ми не знаємо, що таке "добро", а що "зло", законодавча база не дієва, а недовіра до влади тотальна. У такій ситуації звертання до проблеми СВ як до соціального проекту – рятівний круг, який може підняти не лише бізнес, а й державу і суспільство до переосмислення власного буття. Однак, його розробка і реалізація потребують глибокого теоретичного осмислення. В іншому випадку, він буде орієнтуватися на наш ментальний і культурний образ: благодійництва, доброчинності, спонсорства, філантропії тощо.

Щоб уникнути маніпулювання або ж однобокого трактування сутності й змісту СВ, варто використати набутки міжнародного досвіду (див. Глобальний договір ООН

«Цілі розвитку тисячоліття», 1999), який розглядає відповідальність бізнесу в таких основних сферах: права людини, трудові відносини, навколишнє середовище, боротьба з корупцією.

Яким бачиться це явище?

1. З точки зору етимології слова "відповідальність" термін "соціальна відповідальність бізнесу" означає "давати відповідь" на запитання соціуму в якому він функціонує (всіх, кого торкається його діяльність, і, хто має право на його відповідь). Такий підхід означає *діалогічність концепції* "соціальної відповідальності". Найбільш продуктивним він є в контексті професійної етики (ділової етики, етики бізнесу), яка інтегрує індивідуальну етику окремого працівника і етику професійної групи та етику корпоративного громадянина і етику держави, суспільства.

Соціально відповідальний бізнес взаємодіє із суспільством на засадах моралі й етики, їх відносини – це завжди двосторонній процес, який ефективний при наявності *моральних передумов – суспільної моралі*, яка є продуктом спільних зусиль окремого громадянина, влади, бізнесу, громадянського суспільства.

2. Функціонування СВ бізнесу підтримується соціальним аудитом – "інспектуванням соціальної поведінки підприємства" за показниками моральності вибору підприємства:

- співвідношення цілей і засобів їх досягнення;
- співвідношення особистих і суспільних інтересів;
- вибір між короткочасною вигодою і довготривалим результатом;
- співвідношення матеріальних і духовних цінностей при прийнятті рішень.

3. Свобода в бізнесі обмежена двома традиційними цінностями демократичного суспільства: справедливість та рівні можливості, утвердження яких покладено на державу. Недостатньо обмежена і законодавчо захищена свобода поведінки на вільному ринку, а також тіньові схеми вирішення економічних проблем провокують корупцію у владі та спокусу бізнесу використовувати будь-які засоби.

Модель СВ, яка формується в Україні зосереджена, в основному, на благодійності, що обумовлено 2-ма основними причинами: 1) систематичним звертанням влади до бізнесу за фінансовим сприянням у вирішенні соціальних проблем або підтримки позабюджетних соціальних фондів; 2) наявністю в складі підприємств об’єктів соціальної інфраструктури. Вона має ряд недоліків:

– не враховує ситуацію конкурентної боротьби в умовах становлення ринкової економіки;

– бізнес не може нести відповідальність за програми соціального забезпечення чи перерозподіл доходів. Це – сфера відповідальності держави (хоч, безперечно, у їх вирішенні на добровільних началах можуть брати й підприємці). Держава повинна забезпечити "рамковий порядок" ринкової економіки і конкуренції.

Запропонований нами підхід до СВ – це раціональна концепція моральної економічної практики, яка утверджує в суспільстві ідеї людської гідності, прав і свобод громадянина, справедливості. Вона не заперечує благодійництва. Однак, допомога (людині, державі, суспільству) повинна носити характер співробітництва, взаємодії.

СВ підприємства повинна вимірюватися трьома основними обов’язками, що визначають її стратегію та управлінські рішення.

1) Дотримуватися "морального мінімуму" у відносинах із персоналом, клієнтами, партнерами і суспільством та природним середовищем.

2) Не підривати свободи вільної конкуренції, не допускати хабарництва і не брати участі в монополістичній практиці тощо.

3) Чесно виконувати добровільно укладені контракти.

Соціально відповідальне підприємство, таким чином, – це соціально-економічний інститут для якого прагнення отримати прибуток ґрунтується на соціально-моральних цінностях і цілях.

УДК 338.45
Ігор Стойко, к.т.н. доцент
Лілія Мельник, інженер
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ЄВРОПА 2020: СТРАТЕГІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО, СТІЙКОГО І ВСЕОСЯЖНОГО ЗРОСТАННЯ

Анотація. Розглянуто основні пріоритети стратегії інтелектуального, стійкого і всеосяжного розвитку Євросоюзу «Європа 2020» у контексті напрямків економічного розвитку України і участі українських учених у спільних проектах програми.
Ключові слова: *«Європа 2020», флагманські ініціативи, євроінтеграція, інновації.*

Igor Stoyko, Liliya Melnyk

EUROPE 2020: A STRATEGY FOR SMART, SUSTAINABLE AND INCLUSIVE GROWTH

Abstract. The main priorities of the strategy of intelligent, sustainable and comprehensive development of the European Union «Europe 2020» in the context of areas of economic development of Ukraine and the participation of Ukrainian scientists in joint projects program.
Keywords: *«Europe 2020» flagship initiatives, European integration, innovation.*

У березні 2010 року Європейською Радою була затверджена стратегія соціально-економічного розвитку Євросоюзу на період до 2020 року «Європа 2020: Стратегія інтелектуального, стійкого і всеосяжного зростання» («Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth»), в якій викладено уявлення про соціальну ринкову економіку Європи в 21 столітті, скориговану з урахуванням уроків кризи. «Лісабонську стратегію» 2000-го року має замінити нова програма розвитку «Європа 2020», що забезпечить високий рівень зростання та зайнятості в ЄС.

У стратегії «Європа 2020» на перший план висуваються три взаємодоповнюючих пріоритети:

- інтелектуальне зростання: розвиток економіки, що спирається на знання та інновації;
- сталий розвиток: сприяння більш ефективному використанню ресурсів, створенню більш екологічної, і, найголовніше, більш конкурентоспроможної економіки;
- інклюзивна розвиток: створення економіки з високим рівнем зайнятості працездатного населення, що забезпечує згладжування соціальних і територіальних відмінностей.

Європейська Комісія запропонувала «сім флагманських ініціатив» для стимулювання прогресу по кожному з пріоритетних напрямів:

- «Інноваційний Євросоюз» (Innovation Union), із завданням покращити загальні умови для досліджень та інновацій і полегшити їм доступ до фінансування, з

тим, щоб новаторські ідеї перетворювалися на товари та послуги, що забезпечують економічне зростання і створюють робочі місця;

- «Молодь в русі» (Youth on the move). Мета цієї ініціативи – підвищити ефективність освітніх систем і допомогти молодим людям вийти на ринок праці.
- «Європейська програма дій в галузі цифрових технологій» (A digital agenda for Europe) із завданням прискорити впровадження високошвидкісного Інтернету і скористатися перевагами єдиного ринку електронних послуг для населення та комерційних компаній.
- «Ресурсно-ефективна Європа». Тут мета – відокремити економічне зростання від зростання використання ресурсів, підтримати перехід до «низьковуглецевої» (low carbon) економіки, збільшити використання відновлюваних джерел енергії, модернізувати транспортний сектор і сприяти підвищенню енергетичної ефективності.
- «Індустріальна політика в епоху глобалізації» (An industrial policy for the globalisation era) повинна поліпшити умови ведення ділової діяльності, особливо для малих і середніх підприємств, а також сприяти створенню сильної і стійкої промислової бази, конкурентоспроможної в глобальному масштабі.
- «Програма з оволодіння новими навичками і створення нових робочих місць» (An agenda for new skills and jobs) ставить за мету модернізувати ринки праці і відкрити для людей нові можливості за рахунок розвитку їх навичок протягом усього їхнього життя, з тим, щоб підвищити рівень зайнятості працездатного населення і забезпечити кращий баланс попиту і пропозиції на ринку праці, в тому числі за рахунок мобільності робочої сили.
- «Європейська програма по боротьбі з убогістю» (European platform against poverty) повинна забезпечити згладжування соціальних і територіальних відмінностей, з тим, щоб плоди, отримані від економічного зростання, і робочі місця ділилися широко, і щоб люди, що живуть в умовах убогості і соціальної ізоляції, отримали можливість жити в гідних умовах і приймати активну участь в житті суспільства.

Нещодавно служба дослідження громадської думки Європейської комісії «Євробарометр» опублікувала результати проведеного в 27 країнах – членах Європейського Союзу опитування, спрямованого на з'ясування ставлення громадян до науки і технологій. Ці дані становлять особливий інтерес у зв'язку з підтримуваною Європейським Союзом інтеграцією України в європейський дослідницький простір.

Результати дослідження громадської думки свідчать про те, що 79% європейців цікавляться науковими відкриттями і новими технологічними розробками. Таких європейців більше, ніж громадян, які слідкують за новинами спорту (65%), культури і мистецтва (69%), а також політики (68%).

Звертає на себе увагу також думка європейців про роль самих учених в інформуванні широкої громадськості про наукові відкриття та нові технологічні розробки. Більшість із них (57%) вважають, що вчені докладають замало зусиль для популяризації серед громадян результатів своєї наукової роботи.

Ставлення європейців до рівня фінансування наукових досліджень у Європейському Союзі розподілилося таким чином: 31% вважають його недостатнім, 32% – адекватним і лише 7% – надто високим. Примітно, що 17 червня 2010 року Європейська рада затвердила нову європейську стратегію розвитку «Європа 2020», що включає п'ять пріоритетів, з яких другим є поліпшення умов для наукового і технологічного розвитку, зокрема збільшення до 3% ВВП сукупного рівня державного та приватного інвестування у ці галузі.

Аналізуючи аналогічні опитування в масштабах України, можна стверджувати, що для українців ці відсотки будуть на половину меншими, що вказує як на набагато нижчий рівень життя українців і у зв'язку з цим зміною життєвих пріоритетів.

Більшість європейців (64%) вважають, що Європейський Союз має розвивати співробітництво з ученими третіх країн. На цей час програма наукових досліджень і технологічного розвитку Європейського Союзу повністю відкрита для участі українських учених у спільних проектах та одержання фінансової підтримки. Українські наукові організації навіть можуть виступати координаторами таких проектів. В Україні працює Офіс спільної підтримки інтеграції України в європейський дослідницький простір, який фінансується Європейським Союзом згідно з політикою європейського сусідства і партнерства.

УДК 330

Світлана Хрупович, к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ІСТОРИЧНІ РОЗВІДКИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ

Анотація. Проаналізовано історичні факти запровадження пенсійної системи в Україні. Визначено проблематичні питання фінансування дефіцитного пенсійного фонду

Ключові слова: *соціальне страхування, пенсіонери, трансферти з бюджету.*

Svitlana Khrupovych

HISTORICAL SEARCHES OF INTRODUCTION THE PENSION SYSTEM

Abstract. The historical facts of introduction the the pension system are analysed in Ukraine. Defined problematic questions of financing the deficit of pension fund.

Keywords: *social security, pensionaries, a budget's transferty.*

Вважають, що пенсії вигадав Юлій Цезар для виплати військовослужбовцям. За кілька століть саме ці пенсії та ряд інших соціальних виплат стали однією з причин краху римської імперії. Надалі пенсії були формою винагороди. Їх видавали за заслуги. як держава, так і приватні особи та різні організації. Разом із розширенням демократії політики виявили, що можуть легко маніпулювати виборцями, надаючи їм безповоротні допомоги у вигляді трансфертів із бюджету. Пенсійну систему у вигляді, що досить нагадує нинішній, запровадив перший рейхсканцлер Німецької імперії Отто фон Бісмарк, метою якої було досягнення кращої керованості суспільства та усунення з політичної арени невигідних опонентів. Забезпечення у старості за рахунок платників податків було лише засобом для досягнення цієї мети.

Соціальне страхування традиційно здійснюється за рахунок оподаткування заробітної плати. Чим більші ці податки, тим вищі стимули ухилятися від них. З одного боку, це приводить до зростання безробіття, з іншого – працюючі ідуть у тінь. Це змушує державу ще більше збільшувати податки на зарплату, так як передвиборні обіцянки потрібно фінансувати. Адже про дохідну частину бюджету згадують після виборів, так як потрібно підтримати обіцяну перед виборами видаткову частину держбюджету.

Сьогодні в Україні та в більшості ринково-орієнтованих державах маємо позитивне збільшення тривалості життя, і негативний приріст народжуваності, що у сумі створює передумови для перегляду ефективності солідарної пенсійної системи, позаяк державна пенсійна сфера поступово почала ставати дефіцитною. Крім того, солідарна система почала проявляти одну із найголовніших своїх вад – зв'язок між тим,

що людина вкладає в пенсійне забезпечення і тим, що потім отримує є фактично відсутнім. Україна, перейшовши від соціалізму до капіталізму, зуміла більше двадцяти років проіснувати із солідарною системою, постійно її погіршуючи та не змінюючи пенсійного віку, установленого Радою народних комісарів у далекому 1930 році. На той час середня тривалість життя була лише 46 років: у чоловіків – 45, і, відповідно, жінок – 47. Надалі кожен новий уряд запроваджував пенсійні пільги для високих рейтингів, а скасовувати ці пільги забороняє конституція. У результаті, дві третини пенсіонерів отримують близько тисячі гривень на місяць. При цьому дефіцит пенсійного фонду в останні роки зростає. На пенсійні виплати в нас спрямовується близько 18% ВВП. А це найвищий показник у світі. У держави залишається один вихід – скорочувати кількість пенсіонерів.

УДК 330.83 (477)
Тарас Ціх, аспірант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ВНЕСОК Л.М.ЯСНОПОЛЬСЬКОГО У РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ ПЕРШОЇ ТРЕТИНИ ХХ-ГО СТ.

Анотація. Розкрито внесок Л. М Яснопольського у розвиток української економічної науки початку ХХ ст.
Ключові слова: *економічна наука, українська економічна думка, фінансова система.*

Taras Tsikh

THE CONTRIBUTION OF L. M. YASNOPOLSKYI INTO THE DEVELOPMENT OF UKRAINIAN ECONOMIC SCIENCE OF THE FIRST THIRD OF 20th CENTURY

Abstract. The contribution of L. M. Yasnopolskyi into the development of Ukrainian economic science at the beginning of 20th century is disclosed.
Keywords: *economic science, Ukrainian economic thought, financial system.*

Здобуття Україною незалежності та становлення її як самостійної держави сприяє посиленому інтересу до історії розвитку української економічної науки. Національно – культурне відродження України неможливе без знання історико-економічної спадщини українського народу, яка бере свій початок ще з давніх-давен і посідає важливе місце в системі людських знань. Дослідження історії світової економічної науки в цілому та української економічної науки зокрема дає можливість проаналізувати її витоки, ретроспективу, логіку та закономірності розвитку, а також показати значення наукових досліджень українських вчених, що стали фундаментом для подальшого розвитку економічних знань і не втратили свого значення й актуальності сьогодні

Після Жовтневої революції та приходу до влади більшовиків у Росії формування української економічної думки відбулось у процесі дискусій, що здійснювались на демократичних засадах, і завершилось встановленням ідеологічного диктату так званої пролетарської політичної економії.

Наявність різноманітних напрямків та шкіл в економічній та історико-економічній науці-найважливіша реальність того часу, але такою ж реальністю була ідеологічна непримиренність більшовизму, що зумовила наприкінці 30-х рр.його повну перемогу,

досягнуту не науковим переконанням опонентів, а насильницьким впровадженням власних поглядів на закономірності суспільного розвитку.

Розвиток економічної науки в Україні у першій третині ХХ ст. зосереджений в основному в університетах, які створили необхідні умови для формування наукової спільноти і організації системи досліджень. Одним із таких навчальних закладів був Київський національний економічний університет, особливістю якого було те, що він одразу формувався як заклад економічної освіти. А відтак, у ньому були зібрані наукові кадри, економічні дослідження яких становлять суттєвий науковий інтерес для сьогодення.

Зокрема, в першій третині ХХ ст. у Київському національному університеті плідно працював вчений Л.М.Яснопольський.

Яснопольський Леонід Миколайович (1873-1957) – відомий український економіст, професор, академік АН УРСР (1925), вчений зі світовим ім'ям. Голова Ради (тоді Комісії) по вивченню продуктивних сил у 1926-1934 роках... Відомі його праці в галузі фінансів та кредиту, банківські справи, економічної історії, економічної географії, соціології та соціальної статистики тощо. Проживав у Києві, був депутатом Державної Думи Росії. Перед Першою світовою війною за його участю видано відому «Банківську енциклопедію». Читав лекціїв Київському, Петербурзькому та Харківському університетах

Результати досліджень Л.М.Яснопольського мали важливий прикладний характер у розвитку фінансової системи держави. Вчений дав змістовну критичну оцінку державного бюджету Росії, на основі вивчення літератури з бюджетного права, зокрема вітчизняного та іноземного бюджетного законодавства, проаналізував історію становлення однієї з найважливіших галузей науки бюджетного права, його сильні і слабкі сторони, що дозволили вченому визначити бюджетне право як галузь знань, яка знаходиться на межі двох дисциплін – державно- юридичної та фінансово-економічної, охарактеризував тогочасний стан центрального кредитного закладу Російського Державного банку та використовуючи досвід західно-європейських країн,дав ряд рекомендацій для оздоровлення його діяльності і окреслив основні заходи його реформування (створення нового статуту, надання самостійності у проведені емісійних опереції, запровадження ревізій банківських операцій з боку держ.контролю,вилучення із сфери діяльності засновницького і промислового кредиту),дослідив витоки та процес формування комерційної банківської справи в Росії, та проаналізувавши зміни в ефолюції державних і приватних банківських закладах, показав фінансову слабкість та відсутність засад для широкого розвитку кредитної системи в Росії та України зокрема.

Використана література

1. Дослідження з історії економічної думки в Україні (кінець XIX – поч. XX ст.)/ Ред. Т.І. Деревянкін. – К. Наукова думка, 1996. – 139 с.

2. Мордас І.В. Дослідження основних питань фінансової науки в працях академіка Л.М.Яснопольського // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції Дні науки – 2006, 17-28 квітня 2006 р. – том3.Економічні науки. – Дніпропетровськ, Наука і освіта, 2006.-с.40-42.

АЛФАВІТНИЙ ПОКАЖЧИК

Артеменко Л., 111
Башуцька І., 8
Бендерська І., 113
Берестецька О., 9
Білинська У., 11
Борисова Т., 81
Бурліцька О., 83
Бухта В., 13
Василишин Т., 15
Василюк А., 16
Винник Т., 18, 25, 51
Гарматій Н., 66
Гац Л., 67, 125
Гащин Є., 69
Голда А., 85
Голда Н., 87
Гринчуцька С., 71
Дмитрів Д., 73
Дячун О., 89
Казмірчук С., 20
Кареліна О., 22
Кіляр О., 23
Коваль Н., 25
Ковальчик О., 75
Королюк Т., 27
Кравчук Н., 29
Крамар І., 115
Кудлак В., 117
Кулик Ю., 90
Кутрань В., 31
Кухній Л., 118
Кушнір О., 33
Левицький В., 119
Левчунь Г., 121
Мазуренок О., 34
Мариненко Н., 122
Маркович І., 36
Марущак Л., 38
Мельник Л., 132
Мельник О., 40
Міщук О., 92
Мудра М., 94
Нагорняк І., 79, 125
Оксентюк Б., 96
Павликівська О., 42
Палига Т., 44
Панухник О., 45
Панухник Я., 126
Подвірна Т., 98
Прогній Н., 48
Процик О., 49
Равлик Н., 128
Рарок М., 100
Різник Н., 77
Рогатинська О., 73
Романюк М.-С., 51
Рудакевич М., 130
Рущак Р., 53
Сівчук І., 54
Співак С., 55
Старух М., 79
Стойко І., 132
Твердохліб О., 102
Тимошик Н., 57
Фалович А., 104
Фалович В., 106
Химич І., 58
Хрупович С., 134
Ціх Г., 122
Ціх Т., 135
Чемера В., 61
Шостаківська Н., 62
Якимишин Л., 108
Якимюк О., 64

Для нотаток

Видавництво Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя

виготовляє підручники для вузів, методичну літературу, художні видання,надає редакційно-видавничі та поліграфічні послуги з набору тексту, розробки макетів і друку книги чи будь-якої іншої поліграфічної продукції (брошури, плакати, афіші, календарі).

КРІМ ТОГО, ВИДАВНИЦТВО ПРОПОНУЄ ТАКІ ПОСЛУГИ:

– дизайн візитівок, буклетів, вітальних листів;
– професійне вичитування і верстку;
– сканування та копіювання;
– чорно-білий і повнокольорний друк.

м.Тернопіль,
вул. Гоголя, 8.
Тел.: 43-02-09.
e-mail.: vydavnytstvo@tu.edu.te.ua

МАТЕРІАЛИ

ІІ науково-практичної конференції

«ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ»

Комп’ютерне макетування Н.М.Піпи

Формат 60×90 Папір ксероксний.
Обл.вид.арк. 8,97
Наклад 75 прим. Зам. № 1881

Видавництво Тернопільського національного
технічного університету імені Івана Пулюя

вул. Руська, 56, м. Тернопіль, 46001
E-mail: vydavnytstvo@tu.edu.te.ua

© Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя