ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ

УКРАЇНА – ТЕРИТОРІЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА Частина 2

УКРАЇНА – ТЕРИТОРІЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА



Частина 2

СЕРІЯ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ»

Серію «Митна справа в Україні» засновано в 2001 р. Її продовженням є серія «Податкова та митна справа в Україні», яку започатковано в 2015 р.

Редакційна колегія:
Пашко П. В., д.е.н. (голова)
Бережнюк І. Г., д.е.н.
Войцещук А. Д., к.е.н.
Деркач Л. В., к.ю.н.
Крисоватий А. І., д.е.н.
Мазаракі А. А., д.е.н.
Тарангул Л. Л., д.е.н.
Ченцов В. В., д.н.держ.упр., д.іст.н.

У СЕРІЇ «МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ» ВИЙШЛИ ДРУКОМ:

2002

«Основи митної справи»

«Митний контроль та митне оформлення»

2003

«Таможенное оформление морских грузов»

«Основы таможенного дела в Украине»

«Митний контроль на автомобільному транспорті»

2004

«Митний контроль на залізничному транспорті»

«Митне оформлення автотранспортних засобів»

«Основи митної справи в Україні»

«Митний кодекс України та нормативно-правові акти, що регулюють його застосування»

«Митний контроль на повітряному транспорті»

«Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні»

«Коментар до Митного кодексу України»

2005

«Порядок заповнення вантажної митної декларації»

2006

«Основи мистецтвознавчої експертизи та вартісної оцінки культурних цінностей»

«Історія митної справи в Україні»

«Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні»

2008

«Основи митної справи в Україні»

2009

«Таможенный контроль: на пути к международным стандартам»

«Таможенный контроль в морских пунктах пропуска»

«Митне оформлення енергоносіїв»

«Митна безпека»

«Міжнародні перевезення товарів автомобільним транспортом: теорія і практика»

«Підготовка та підвищення кваліфікації митних брокерів і декларантів: збірник нормативних документів і відомчих роз'яснень»

2010

«Святий Матфей. Митар. Апостол. Євангеліст»

«Історія митної діяльності: Україна в європейському контексті»

2011

«Митні інформаційні технології»

«Особливості митної класифікації товарів»

«Інфраструктура відкритих ключів: технології, архітектура, побудова та впровадження»

«Розподілені бази даних»

2012

«Інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності митних органів»

«Митний кодекс України» / Коментар до ст. 6»

«Митна політика та митна безпека: концептуальне визначення та шляхи забезпечення»

«Архітектура комп'ютера»

«Комп'ютерна схемотехніка»

2013

«Актуальні питання теорії та практики митної справи»

«Історія митної діяльності»

«Механізми державного управління митною справою»

«Формування системи митного аудиту»

2014

«Митна енциклопедія, т. 1»

«Митна енциклопедія, т. 2»

«Митна енциклопедія, т. 3»

У СЕРІЇ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ» ВИЙШЛИ ДРУКОМ:

2015

«Митне регулювання України: національні та міжнародні аспекти»
«Українська митниця: вчора, сьогодні, завтра»
«Митна політика держави та її реалізація митними органами»
«Механізми державного управління митною справою»
«Історія митної діяльності»
«Митне право України»
«Реформування податкової системи України: сучасні виклики та орієнтири»
«Митна справа»
«Міжнародні економічні відносини: у 2-х частинах»
«Адміністративно-правове сприяння соціально-економічному розвитку в Україні: теоретико-методологічні засади»
«Бухгалтерський облік в умовах застосування інформаційних технологій: історія та практика»
«Розслідування злочинів, пов'язаних із неналежним виконанням професійних обов'язків медичними працівниками: сучасний стан, проблеми та напрями удосконалення»
«Формування управлінської компетентності майбутніх економістів у процесі професійної підготовки: теорія і практика»
«Let Develor English skills»
«Кримінальний процес України»
«Європейська інтеграція»
«Протидія розслідуванню кримінальних правопорушень у сфері оподаткування: теорія та практика»
«Інформатика та обчислювальна техніка: практикум»

2016

«Регулятивний потенціал фінансового ринку в умовах глобальних викликів»
«Правовий статус фіскальних органів України та держав-членів Європейського Союзу»
«Психологічні основи у професійній підготовці фахівців ПМ»
«Математика для економістів. Вища математика. Частина І. Лінійна алгебра. Аналітична геометрія»
«Сучасні інформаційні системи і технології: управління знаннями»
«Економічна кібернетика: введення в спеціальність»
«Інформаційні системи та технології у фінансових установах»
«Фінансове забезпечення інноваційного розвитку»
«Практикум з інформаційних систем в економіці»
«Практикум з WEB-програмування»
«Малий та середній бізнес у взаємовідносинах із податковими органами: соціологічна інтерпретація»
«Моделювання систем захисту інформації»
«Формування бюджетної стратегії України: теорія, методологія, практика»
«Актуальні питання розвитку банківської системи України»
«Система державного фінансового контролю: формування та розвиток в Україні»
«Соціалізація студентської молоді у процесі професійної підготовки»
«Розвиток бухгалтерського обліку в умовах інтеграційних процесів»
«Правове забезпечення фінансової безпеки України»
«Grammar for Students of Economics (для економістів)»
«English Grammar for law Students (для юристів)»
«Алгоритмізація та програмування»
«Основи психології та конфліктології для фахової підготовки економістів»
«Проблеми соціологічного, психологічного та педагогічного забезпечення податкових відносин в Україні»

2016

«Математика для економістів. Функція багатьох змінних. Ряди»
«Інформаційні системи і технології»
«Інформаційні системи і технології на підприємстві»
«Теорія ймовірностей та математична статистика: практикум»
«Економічні перспективи підприємництва України»
«Актуальні проблеми теорії держави і права»

2017

«Теорія держави і права»
«Реформування податкової та митної систем України»
«Історія митної діяльності»
«Механізм державного управління митною справою»
«Митна політика держави та її реалізація»
«Митне право України»
«Стан та перспективи розвитку
бухгалтерського обліку та оподаткування в Україні»
«Державні цільові фонди»
«Аналітично-контрольні аспекти регулювання
фінансово-господарської діяльності суб'єктів економіки»
«Міжнародне фінансове право»
«Концептуалізація інституту уповноважених економічних операторів: проблеми забезпечення безпеки та спрощення міжнародної торгівлі»
«Тактика розслідування фінзлочинів, вчинених із використанням зареєстрованих у зоні пільгового оподаткування компаній»
«Інститут митної вартості імпортних товарів в Україні:
актуальні питання та вектори розвитку»
«Державна фіскальна служба України: управління кадровим потенціалом в умовах інституційних змін»
«Соціогуманітарне знання як основа формування нової освітньої парадигми для глобального «суспільства знань»
«Фінансовий ринок України: розбудова інфраструктурної компоненти»
«Податкова політика України: теоретико-правовий аспект»
«Вартісно-орієнтоване управління нерухомим майном державної власності»
«Митна статистика України»
«Запобігання митним правопорушенням: охорона і захист прав інтелектуальної власності на митному кордоні України»
«Інформаційні системи і технології в податковій справі»
«Митна справа України»
«Україна – територія можливостей для розвитку підприємництва»
«Актуальні проблеми приватного права»
«Антикризове управління фінансовими корпораціями»

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПРИ ПРЕЗИДЕНТОВІ РЕСПУБЛІКИ БІЛОРУСЬ
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ В ПОЗНАНІ (РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)
ДЕРЖАВНА ФІСКАЛЬНА СЛУЖБА УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ

СЕРІЯ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ»

Серію «Митна справа в Україні» засновано в 2001 р. Її продовженням є серія «Податкова та митна справа в Україні», яку започатковано в 2015 р.

Присвячена 15-річчю
Навчально-наукового інституту економіки,
оподаткування та митної справи

УКРАЇНА – ТЕРИТОРІЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Економічні перспективи підприємництва в Україні»

У двох частинах

Частина 2

26–27 жовтня

Ірпінь
2017

УДК 334.7(477)(063)
ББК 65.9(4Укр)290я431 Е45
У 45

Рекомендовано до друку Вченою радою Університету державної фіскальної служби України (протокол № 16 від 5 грудня 2017 року)

Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, присвяченої 15-річчю Навчально-наукового інституту економіки, оподаткування та митної справи, «Економічні перспективи підприємництва в Україні», 27–28 жовтня 2017 року

Рецензенти:
Е. В. Прушківська, доктор економічних наук, професор кафедри мінародних економічних відносин Запорізького національного технічного університету;
О. С. Трегубов, кандидат економічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса.

Організаційний комітет:
Голова – Пашко П. В., д.е.н., професор, ректор УДФСУ;
Заступник голови – Швабій К. І., д.е.н., професор, директор навчально-наукового інституту економіки, оподаткування та митної справи УДФСУ;
Жмайлов В. М. – к.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи Сумського Національного аграрного університету;
Войнаренко М. П. – д.е.н., професор, член-кореспондент НАН України, перший проректор Хмельницького національного університету;
Русак О. С. – д.е.н, професор, завідувач кафедри економіки підприємства Академії управління при Президентові Республіки Білорусь (м. Мінськ, Республіка Білорусь);
Даріуш Новак – доктор наук, професор, завідувач кафедри управління та аналізу ресурсів підприємства Економічного університету в Познані (Республіка Польща);
Лазебник Л. Л. – д.е.н, професор, завідувач кафедри економіки підприємства УДФСУ;
Белінська Я. В. – д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародної економіки УДФСУ;
Слюсарева Л. В. – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства УДФСУ;
Гурочкіна В. В. – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства УДФСУ;
Піжук О. І. – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства УДФСУ.

У 45 **Україна – територія можливостей для розвитку підприємництва**: збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Економічні перспективи підприємництва в Україні», (26–27 жовтня 2017 р., м. Ірпінь) : у 2 ч. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2017. – Ч. 2. – 545 с. – (Серія «Податкова та митна справа в Україні», т. 101).

ISBN 978-966-337-466-6

У збірнику опубліковано матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, присвячені питанням осмислення економічних проблем та перспектив розвитку підприємництва України. Основними напрямами досліджень є: економічна безпека та державне регулювання підприємницької діяльності; інноваційно-інвестиційні засади розвитку підприємництва в Україні; бюджетно-податкові та митно-тарифні складові підтримки підприємництва; теорія і практика маркетингових досліджень в підприємницькій діяльності; модель випускника вищого навчального закладу для підприємницької діяльності; Україна – територія можливостей для розвитку бізнесу: погляд молоді. Видання призначене для науковців, молодих вчених, аспірантів, студентів.

УДК 334.7(477)(063)
ББК 65.9(4Укр)290я431

Матеріали розміщено у авторській редакції. Відповідальність за зміст матеріалів, їх відповідність вимогам чинного правопису і достовірність фактів та статистичних даних несуть автори.

© Науковий гурток «Економіст», 2017
© Університет ДФС України, 2017

ISBN 978-966-337-466-6

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
SUMY NATIONAL AGRARIAN UNIVERSITY
KHMELNYTSKYI NATIONAL UNIVERSITY
ACADEMY OF MANAGEMENT OF PRESIDENT OF REPUBLIC OF BELARUS
POZNAŃ UNIVERSITY OF ECONOMICS (REPUBLIC OF POLAND)
STATE FISCAL SERVICE OF UKRAINE
UNIVERSITY OF THE STATE FISCAL SERVICE OF UKRAINE

THE SERIES «TAX AND CUSTOMS IN UKRAINE»

The series «Customs in Ukraine» was founded in 2001. The continues this series – «Taxation and Customs in Ukraine» started in 2015

The conference is dedicated to the 15th anniversary of the Educational and Scientific Institute of Economics, Taxation, and Customs

UKRAINE - TERRITORY OF OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF ENTERPRISE

Proceedings of the International on Scientific and Practical Internet Conference «Economic perspectives of business in Ukraine»

The materials included in two parts

Part 2

October 26-27, 2017

UDC 334.7 (477) (063)
BBK 65.9 (4Ukr) 290y431 E45
U45

It was recommended for publication by the Academic Council of the University of the State Fiscal Service of Ukraine (protocol № 16, December 5, 2017)

Collection of materials of the international scientific and practical Internet conference
The conference is dedicated to the 15th anniversary of Educational and Scientific Institute of Economics, Taxation and Customs,
"Economic perspectives of business in Ukraine", October 27-28th 2017

Reviewers:
E. V. Prushkivska, Doctor of Economical Science, professor in international economical relationship cathedra in Zaporizhia National Technical University;
O. S. Tregubov, Candidate of Economical Science, docent, acting head of cathedra of entrepreneurship, caorporative and spatial economics in Donetsk National University named by Vasyl Stus.

Organization Comitee:
Head – Pasko P. V., Doctor of Economical Science, professor, USFSU rector;
Deputy Director – Shvabiy K. I., Doctor of Economical Science, professor, head of Educational and Scientific Institute of Economics, Taxation and Customs;
Zhmaylov V. M. – Candidate of Economical Science, professor, pro-rector of scientific, pedagogic and eucational system in Sumy National Agrarian University;
Voynarenko M. P. – Doctor of Economical Science, professor, member correspondent in National Academy of Science of Ukraine, first pro-rector in Khmelnytskyi National University;
Rusak O. S. – Doctor of Economical Science, professor, head of cathedra of enterprise economics in Academy by Belarus Republic President (Minsk, Republic Belarus);
Darius Nowak – Doctor of Science, professor, head of cathedra of managment and enterprise resource analysis In Economical University in Poznan (Republic Poland);
Lazebnyk L. L. – Doctor of Economical Science, head of cathedra of enterprise economics in USFSU;
Belinska J. V. – Doctor of Economical Science, head of cathedra of international economics in USFSU;
Slusareva L. V. – Candidate of Economical Science, docent of cathedra of enterprise economics in USFSU;
Hurochkina V. V. – Candidate of Economical Science, docent of cathedra of enterprise economics in USFSU;
Pizhuk O. I. – Candidate of Economical Science, docent of cathedra of enterprise economics in USFSU;

У 45 **Ukraine – territory of opportunities for development of enterprise:** Collection of materials of the international scientific and practical Internet conference «Economic perspectives of business in Ukraine», (october 26-27 2017, Irpin) : in 2 p. P. 2. – Irpin : University of SFS of Ukraine, 2017. – 545 p. – (The series «Taxation and Customs in Ukraine», t. 101).

ISBN 978-966-337-466-6

Materials of the international scientific and practical Internet conference, dedicated to comprehension of economic problems and perspectives of business development in ukraine, are in the collection. Main directions of research are economic safety and state regulation of business performance; innovative investment fundamentals of development of dusiness in Ukraine; budgetal taxation and custom tariff constituent of support of business; theoretical and practical marketing research of business performance; model of graduate of higher educational intitution for business perfrormance; Ukraine – territory of opportunities for development of enterprise: view of youth. Edition is designed for scientific society, young scientists, postgraduates and students.

UDC 334.7(477)(063)
BBK 65.9(4Ukr)290y431

Materials are published accordingly to author's editing. Conformity and contents of matericals, their complience to the current spelling requirements and facts and statistics reliability are held by authors.

© Scientific club «Economist», 2017
© University of SFS of Ukraine, 2017

ISBN 978-966-337-466-6

ЗМІСТ

Стор.

Шашула Людмила Олексіївна, к.е.н., старший науковий співробітник, провідний науковий співробітник
ЗЕМЕЛЬНО-РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ – РЕАЛЬНА ТЕРИТОРІАЛЬНА МОЖЛИВІСТЬ ДЛЯ РОЗВИТКУ КРАЇНИ 21

Сакаль Оксана Володимирівна, к.е.н., старший науковий співробітник, докторант
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМНИХ ЕФЕКТІВ СФЕРИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКИ 23

Polous Olga Viktorivna, PhD in Economics, Assistant Professor
SELF-ASSESSMENT AS A METHOD OF DETERMINING THE EFFECTIVENESS OF THE COMPANY`S HUMAN CAPITAL 26

Лысый Александр Филиппович, к.э.н., профессор, Косаренко Вероника Валентиновна, студентка
ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В МОРСКУЮ ОТРАСЛЬ УКРАИНЫ 28

Ляшенко Ганна Павлівна, к. е. н., професор, Макарчук Анастасія Русланівна, студентка
СІМЕЙНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ 29

Макаренко Марина Василівна, д.э.н., професор, Косяк Анна Вікторовна, студентка
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО СЕКТОРА МОРСКОЙ ОТРАСЛИ 33

Петренко Наталія Олександрівна, к.е.н., доцент
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДО ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ 34

Смолій Людмила Василівна, к.е.н., доцент
СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ 37

Червен Іван Іванович, д.е.н, професор, Омельянович Вячеслав Віталійович, магістр
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ФУНКЦІОНУВАННЯ 40

Червен Іван Іванович, д.е.н, професор, Совєтов Олег Володимирович, магістр
СТРАТЕГІЯ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ 41

Гора Альона Валеріївна, к.е.н., старший викладач
МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИНЯНИЙ ДОСВІД ПІДТРИМКИ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА 43

Борисюк Олена Володимирівна, к.е.н., доцент, Яковець ЛюдмилаСергіївна, студентка
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТРАХОВИКІВ, ЯКІ ЗАЙМАЮТЬСЯ СТРАХУВАННЯМ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ 46
Брежнєва-Єрмоленко Ольга Василівна, к.е.н., доцент, Донських Наталія Олександрівна, студентка
МИТНА ВАРТІСТЬ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ 49
Вишневська Анастасія Олегівна, аспірант
СТАРТАП ЯК ВАГОМИЙ ЕЛЕМЕНТ БІЗНЕС-ІНКУБАТОРІВ В РЕГІОНІ 51
Волот Олена Ігорівна, к.е.н., доцент, Плющ Оксана Володимирівна, студентка
ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ 55
Волчкова Галина Костянтинівна, к.е.н., старший викладач, Глушко Ольга Юріївна, студентка
БЕЗРОБІТНА МОЛОДЬ ЯК РУШІЙНА СИЛА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА 58
Гуренко Анна Василівна, к.е.н, доцент, Протасова Ольга Вікторівна, студентка
ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 60
Дідух Сергій Мирославович, к.е.н., доцент, Софронова Юлія Юріївна, магістр
НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ РОЗВИТКУ М'ЯСО-ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ 62
Дутова Наталя Валентинівна к.е.н., доцент, Петухов Віталій Олександрович, студент
РОЛЬ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА 65
Дутова Наталя Валентинівна, к.е.н., доцент, Шевчишена Тетяна Миколаївна, магістр
ЕЛЕМЕНТИ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЕКСПОРТИХ ОПЕРАЦІЙ 68
Єдинак Тетяна Сергіївна, к.держ.упр., доцент, Дюсметов Дмитро Рустамович, магістр
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 72
Єрмак Світлана Олександрівна, к.е.н, доцент, Кіяшко Аліна Олегівна, студентка
ФОРМУВАННЯ ПРИВАБЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ 74

Занора Володимир Олександрович, к.е.н., доцент, Халамей Наталія Олександрівна, студентка
ПРОЕКТНЕ УПРАВЛІННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ 77
Запорожець Юлія Вікторівна, студентка, Єрмак Світлана Олександрівна, к.е.н., доцент
ВАЖЛИВІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 79
Єрмак Світлана Олександрівна, к.е.н., доцент, Шелевер Аліна Миколаївна, студентка
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ 81
Зачосова Наталя Володимірівна, к.е.н., доцент, Маліновська Марина Віталіївна, магістр
СПЕЦИФІКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА 84
Зубко Тетяна Леонідівна, к.е.н, доцент, Тітов Дмитро Олександрович, магістр
ЗМІСТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ РІВНОВАГОЮ ПІДПРИЄМСТВА 85
Зубко Тетяна Леонідівна, к.е.н., доцент, Голоднюк Тетяна Сергіївна, магістр
СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА 88
Зубко Тетяна Леонідівна, к.е.н., доцент, Шкваровська Яна Геннадіївна, магістр
ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ 91
Линенко Андрій Володимирович, к.е.н., доцент, Куліченко Роман Костянтинович, магістр
ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ОБ'ЄДНАНЬ ПІДПРИЄМСТВ 94
Красуленко Тетяна Григорівна, старший викладач
СЕКРЕТИ УСПІШНИХ ПІДПРИЄМСТВ: МОТИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ 97
Муштай Валентина Анатоліївна, к.е.н., доцент, Малиш Інна Миколаївна, магістр
ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА 100
Наконечна Катерина Віталіївна, к.е.н., доцент, Костюк Анна Олегівна, студентка
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧО-ТЕХНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ

ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ 103
Нємєш Олександр Сергійович, аспірант
СТАНОВЛЕННЯ ТА МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ КРИПТОГРАФІЧНИХ ВАЛЮТ 105
Порудєєва Тетяна Володимирівна, к.е.н, доцент, Порудєєва Анна Володимирівна, студент
ЩОДО ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В МОРЕГОСПОДАРСЬКОМУ КОМПЛЕКСІ 108
Порудєєва Тетяна Володимирівна, к.е.н, доцент, Гавришук Анна Віталіївна, магістр
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ 110
Потапова Наталия Николаевна, к.е.н., доцент, Петрова Ирина Олеговна, студентка
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА В УКРАИНЕ 113
Потапова Наталия Николаевна, к.е.н., доцент,
Коботова Грета Викторовна, студентка
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ 116
Роєва Ольга Сергіївна, асистент, Євдокімова Дар'я Євгенівна, студентка
ЗАСТОСУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ У ПРАКТИЦІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ 118
Роєва Ольга Сергіївна, асистент, Ткачук Карина Волоимирівна, студентка
ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ХОЛДИНГУ 121
Роженко Олександра Вікторівна, к.е.н., старший викладач, Воробйова Юлія Миколаївна, студентка
РОЗВИТОК ІНВЕСТЕЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКЫЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ 124
Скляр Надія Михайлівна, к.е.н., старший викладач, Безрукова Марина Сергіївна, студентка
КОНТРАБАНДА ЯК ГОЛОВНИЙ ЧИННИК ДЕСТАБІЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ 126
Скляр Надія Михайлівна, к.е.н., старший викладач, Єганян Карен, студент
СУЧАСНІ УМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОФШОРНИХ ЗОН 128
Слюсарева Людмила Валеріївна, к.е.н., доцент, Кушнірук Вікторія Олегівна, студентка
АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ СИРУ НА РИНКУ УКРАЇНИ 132

Суходольська Анна Сергіївна., старший викладач
КРАУДФАНДИНГ ЯК МОЖЛИВІСТЬ ПОКРАЩЕННЯ АДАПТАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ СИРІТ У СУСПІЛЬСТВІ 134
Ткачук Вячеслав Олександрович, к.е.н., доцент, Вернигора Руслана Валеріївна, магістр
ПОДОЛАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗАГРОЗ І НЕБЕЗПЕК ПІДПРИЄМСТВА, ПОВ'ЯЗАНИХ ІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯМ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ 136
Хандій Олена Олексіївна, к.е.н., доцент, Базілевський Павло Євгенович, магістр
ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ В ЛУГАНСЬКІЙ ОБЛАСТІ 138
Чукурна Олена Павлівна, к.е.н., доцент, Іщенко Юлія Сергіївна, Сеянко Артем Андрійович, студенти
ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ 141
Чукурна Олена Павлівна, к.е.н., доцент, Конак Євгенія Іванівна, Товкан Дар'я Миколаївна, студентки
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК НОВИЙ ЕТАП ЕВОЛЮЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ ТРАДИЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ 143
Чукурна Олена Павлівна, к.е.н., доцент, Одиноков Роман Дмитрович, студент
ЗАКОРДОНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАЧАНЬ 146
Яковенко Роман Валерійович, к.е.н, доцент, Головатій Вікторія Ігорівна, студентка
ДЕРЖАВНЕ СПРИЯННЯ СТАНОВЛЕННЮ РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ 149
Яковенко Роман Валерійович, к.е.н, доцент, Головатій Вікторія Ігорівна, студентка
ВПЛИВ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ В МЕЖАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ 152
Яковенко Роман Валерійович, к.е.н, доцент, Придибайло Юлія Олександрівна, студент
НОВІТНІ ПІДХОДИ ДО КОНЦЕПЦІЇ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ 154
Яковенко Роман Валерійович, к.е.н., доцент кафедри економічної теорії Степанов Олександр Олександрович, студент
ВНУТРІШНІ ТА ЗОВНІШНІ ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ ІНФЛЯЦІЇ 157
Frolenko Kateryna Olehivna, MBA student
BUSINESS CONSULTING IN WAR-AFFECTED COUNTRIES 159
Korotych Olha Yaroslavivna, MBA student
RISK MANAGEMENT IN OIL AND GAS COMPANIES 161
Анішина Євгенія Олександрівна, Тимченко Олександра Станіс-

лавівна, студентки, Головко Олена Григорівна, к.е.н., доцент
ЗАСТОСУВАННЯ АНТИКРИЗОВОГО КОНСАЛТИНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА 164
Бессонова Анна Владимировна, студентка, Черната Татьяна Николаевна, к.э.н., доцент
СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УКРАИНЕ 167
Жеваго Діана Миколаївна, Ткаченко Анастасія Володимирівна, студентки, Головко Олена Григорівна, к.е.н., доцент
УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА 169
Куценко Дмитро Миколайович, магістр, Зачосова Наталія Володимирівна, к.е.н., доцент, професор
НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ ДОВІРИ НАСЕЛЕННЯ ДО ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ ЧЕРЕЗ МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ 172
Мартиненко Вікторія Миколаївна, студентка, Ярова Алла Борисівна, к.е.н., доцент
БІЗНЕС З НУЛЯ 175
Нестеренко Владислав Олегович, магістр, Зубко Тетяна Леонідівна, к.е.н, доцент
МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА 177
Свиридюк Андрій Анатолійович, студент, Єрмак Світлана Олександрівна, к.е.н., доцент
ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ 180
Соломіна Ганна Валеріївна, к.е.н., доцент, Волошина Вікторія Вадимівна, студентка
ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА 182
Соломіна Ганна Валеріївна, к.е.н., доцент, Антіпова Дар'я Сергіївна, студентка
ІННОВАЦІЙНО - ІНВЕСТИЦІЙНОГО МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ 185
Чоповенко Лілія Миколаївна, студентка, Зачосова Наталія Володимирівна, к.е.н., доцент,
НЕОБХІДНІСТЬ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 187
Шепелюк Ольга Вікторівна, магістр, Зубко Тетяна Леонідівна, к.е.н, доцент
МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВО-МАЙНОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА 189

Штука Анна Олексіївна, магістр, Зубко Тетяна Леонідівна, к.е.н, доцент
МЕТОДИКА ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ІНДИКАТОРНИМ МЕТОДОМ 192
Шулімов Данило Олександрович, магістр, Горбунова Анна Володимирівна, к.е.н., доцент
ОБҐРУНТУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТО-СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 195
Бабич Єлизавета Юріївна, студентка, Яковенко Роман Валерійович, к.е.н., доцент
ЕКОНОМІЧНІ АФЕРИ В УКРАЇНІ 198
Бабошина Ольга Михайлівна, студентка,
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 199
Безуглий Андрій Сергійович, студент,
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 202
Бєліченко Анжеліка Олександрівна, студент,
Янченко Наталія Вікторівна к.е.н, доцент
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕДПРИНИМА-ТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ 205
Бичова Ірина Володимирівна студентка,
Зачосова Наталія Володимирівна, к.е.н., доцент
ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ 207
Біла Анастасія Олександрівна, магістр, Скляр Надія Михайлівна, старший викладач
ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ПРЯНОЩІВ ПРИ ЇХ МИТНОМУ ОФОРМЛЕННІ 211
Боднарук Христина Василівна, студентка
ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ 214
Бойко Ольга Миколаївна, студентка
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ФУНКЦІЙ МАРКЕТИНГУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 217
Бондаренко Іван Володимирович, студент,
Сторожук Олександр Володимирович, к.е.н., доцент
ПЕРСПЕКТИВИ ТА СТАН ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ 220
Бурак Дмитро Ігорович, студент
СТАН НАЗЕМНОЇ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЯК СТРИМУЮЧИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 222
Вакулич Мар'яна Василівна, студентка
ІНСТРУМЕНТИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ЗАХИСТУ В КОНТЕКСТІ

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ УКРАЇНИ 225
Валькевич Тетяна Василівна, магістр
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ 228
Відливана Софія Петрівна, студентка
ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ 230
Войтик Борис Михайлович, студент
ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 233
Войцеховська Вікторія Василівна, студентка
ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ 236
Воляник Віталій Миколайович, студент
СУТНІСТЬ ТА РИСИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 238
Гапій Олексій Андрійович, студент
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КРАУД-МАРКЕТИНГУ 241
Гладка Діана Олександрівна, студент
МОДЕЛЬ ВИПУСКНИКА ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 244
Гласюк Ольга Юріївна, студентка
ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ АВІАТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ 246
Годорожа Тетяна Олександрівна, магістр
РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ 247
Назарова Наталія Іванівна, студентка
УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНУ 251
Гриськo Оксана Михайлівна, магістр,
Зубко Тетяна Леонідівна, к.е.н, доцент
ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА 252
Гаврилюк Ірина Олександрівна, студентка
РОЛЬ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ У ФОРМУВАННІ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ 255
Гришина Інна Олегівна, магістр
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ 258
Громова Андріана Михайлівна, студентка
СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ 260
Громова Світлана Василівна, студентка
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА 264

Грузд Аліна Володимирівна, студентка
ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ ДО ВИСОКИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ НА ПРИКЛАДІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ЧЕРКАСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ 266
Демченко Борис Ігорович, студент
ЩОДО ПИТАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЛОГІСТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА 269
Десик Ярина Володимирівна, студентка
МИТНА ПОЛІТИКА ЯК СКЛАДОВА МИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ 273
Дрюк Анна Володимирівна, студентка
КРАУДФАНДИНГ ЯК НОВИЙ СПОСІБ ІНВЕСТУВАННЯ 275
Дубук Роман Вячеславович, студент
ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ 278
Духно Олександра Олександрівна, студентка
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 281
Дьомена Анжеліка Русланівна, студентка
РОЛЬ ЕТИКЕТКИ В ПРОСУВАННІ ТОВАРУ НА РИНКУ 284
Єфимов Єгор Володимирович, студент
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТРАКТУАННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ» ПІДПРИЄМСТВА 287
Зварич Софія Іванівна, студентка
НАДХОДЖЕННЯ АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ ДО ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ З ІМПОРТОВАНИХ ПІДАКЦИЗНИХ ТОВАРІВ 290
Іващенко Ілона Сергіївна, студентка
ТОРГІВЛЯ ОНЛАЙН ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 293
Івчук Марія Володимирівна, студентка
ОЦІНЮВАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 295
Кабанов Дмитро Володимирович, магістр, Онопрієнко І.М., к. е.н., доцент
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ 297
Кадет Анна Михайловна, студентка, Павленко Вероника Ильинична, студентка
ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА ПРОДУКЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ И ТОРГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ 300
Калугаряну Юлія Михайлівна, магістр
АГРАРНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФОРМА ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ 303
Капшитар Юрій Юрійович, студент
ЕНЕРГЕТИЧНИЙ АУДИТ: МЕТА, ЗАВДАННЯ, ОБ'ЄКТИ, РЕЗУЛЬТАТ 305

Колісна Анастасія Павлівна, студентка
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ 308
Копотун Анастасія Михайлівна, студентка
МІГРАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК ПРЯМА ЗАГРОЗА ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ КРАЇНИ 311
Король Володимир Сергійович, студент
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 314
Кравченко Дар'я Андріївна, студентка
ПІДПРИЄМНИЦЬКА АКТИВНІСТЬ У ВИДАВНИЧІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ 317
Кривцов Артем Олегович, студент,
РОЗВИТОК КОМЕРЦІЙНО-ТОРГОВЕЛЬНОГО ЖИТТЯ УКРАЇНИ В СУЧАСНІЙ НУМІЗМАТИЦІ 320
Кудацький Валерій Валерійович, студент,
ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 325
Куліковський Віктор Володимирович, студент,
ХЕДХАНТИНГ ЯК ОДИН ІЗ ІНСТРУМЕНТІВ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ 328
Кулініч Марина Русланівна, студентка
МІЖНАРОДНЕ ГРАНТОВЕ ФІНАНСУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА 330
Лихолат Ольга Олександрівна, студентка
ЗАХИСТ НАЦІОНАЛЬНИХ ВИРОБНИКІВ ЯК ОДИН З ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ 333
Лісова Руслана Мирославівна, студентка
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ТЕОРІЇ ОБМЕЖЕНЬ 335
Лісовий Андрій Сергійович, студент
БЮДЖЕТНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ МАЛИМ ПІДПРИЄМСТВОМ 339
Лясковець Діана Іванівна, студентка
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК 342
Макарчук Богдана Володимирівна, студентка
ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ МАЙНА ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ 345
Малышко Александра, студентка, Морозова Наталья Николаевна к.э.н., доцент
ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ БЕЛАРУСИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ 348

Мась Роман Віталійович, студент
СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ 351
Мельник Лілія Олександрівна студентка
АНАЛІЗ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК 354
Мельник Лілія Олександрівна, студентка
АНАЛІЗ БОРОТЬБИ З ПОРУШЕННЯМИ МИТНИХ ПРАВИЛ В УКРАЇНІ 357
Мізіренко Олександр Сергійович студент,
ВПЛИВ РИЗИКІВ НА ГОСПОДАРСЬКУ ДІЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА 360
Могильська Мирослава Олегівна, студентка
ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СТАНУ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО УКРАЇНИ 363
Могульська Тетяна Юріївна, студентка
РОЛЬ МИТНОЇ БЕЗПЕКИ ЯК ВАЖЛИВОЇ СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ 365
Моргуненко Артем Сергійович, студент
ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ 368
Мороз Даниіл Русланович, магістр
ІННОВАЦІЇ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК ВИКОРИСТАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ 371
Мороз Марія Юріївна, магістр
ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ В КРАЇНІ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВ 374
Морозова Марина Анатоліївна, студентка
ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК 375
Нам'ясенко Юрій Олександрович, магістр
ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ 378
Некрасова Ганна Юріївна, студентка
ВИКОРИСТАННЯ МАТРИЧНИХ МОДЕЛЕЙ У МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ 382
Ніколаєнко Тетяна Володимирівна, студентка
СКЛАДОВІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВНЗ ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНКИ 384
Овдієнко Максим Анатолійович, студент
ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА 388
Олійник Людмила Миколаївна, магістрант,

ІНОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ 391
Омельченко Марія Миколаївна, студентка
СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ 393
Пахнюк Альона, студентка
СТРАТЕГІЯ «БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ» В УМОВАХ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ 396
Панченко Руслана Сергіївна, студентка
ОКРЕМІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА 399
Пашкевич Марина Вячеславівна, студентка, Головко Олена Григорівна, к.е.н., доцент,
СУЧАСНИЙ СТАН ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ 401
Пельц Сніжанна Миколаївна, студентка
КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ 404
Підгаєць Діана Юріївна, студентка
ПРОГНОЗУВАННЯ ПРОДАЖУ ТОВАРУ 407
Піддубна Олена Сергіївна, магістр, Зубко Тетяна Леонідівна, к.е.н, доцент
МЕТОДИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ СТАРТАПУ 409
Подерня Дарія Ігорівна, студентка,
СТРУКТУРИЗАЦІЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 413
Поліщук Іванна Петрівна, студентка
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ – ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 416
Рижинська Віра Володимирівна, студентка
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 419
Рожко Юрій Вікторович, студент
НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА» ТА ЙОГО СТРУКТУРИЗАЦІЇ 421
Ромащук Марина Борисівна, студентка
ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ 424
Рижій Марія Богданівна
ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТУВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНІЙ СФЕРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ 427
Сабіщенко Олександр Володимирович, магістр,
ОСНОВНІ ЗАСАДИ ЛІЗИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ ЯК ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ В УКРАЇНІ 430
Сазонова Елла Віталіївна, студентка

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 432
Сафронова Людмила Петрівна, магістр
ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЕРЖАВНОГО ПІДПРИЄМСТВА 435
Сахнюк Олена Олександрівна, студентка
СУЧАСНА ПРАКТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВЕНЧУРНИХ ПІДПРИЄМСТВ 439
Семенюк Любов Євгенівна, студентка
УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ ПРОЕКТАМИ 442
Серветник В'ячеслав Ігорович студентка
ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ 445
Сич Діана Станіславівна, студентка
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ 449
Сіліч Володимир Сергійович, студент
АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПрАТ «АВК» 452
Сребнюк Катерина Володимирівна, магістрант
ПІДХОДИ ДО ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА 455
Старкіна Орина Дмитрівна, студентка, Яковенко Роман Валерійович, к.е.н, доцент
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ПОДОЛАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ КРИЗ 458
Степанець Юлія Олексіївна, студентка
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ВИДИ 460
Суржик Катерина Русланівна, студентка
ПРОТИРІЧЧЯ В УПРАВЛІННІ КОМАНДОЮ ПРОЕКТУ 463
Тарасенко Ірина Сергіївна, студентка
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ 464
Тесля Оксана Василівна, студентка
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ 467
Тригуб Світлана Едуардівна, студентка
МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 468
Тураєва Вікторія Олександрівна, студентка
ДЖЕРЕЛА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ 471
Тріфонова Дарина Олександрівна, студентка
ЗОЛОТОВАЛЮТНИЙ РЕЗЕРВ УКРАЇНИ 474

Стефановський Олександр Олександрович, студент
ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ 477
Федорчук Анжеліка Олегівна, студентка
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 480
Фіяло Ілона Анатоліївна
ПОДАТКОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ У СФЕРІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 483
Харчук Софія Олександрівна, студентка
СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА СЕРЕД ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ 485
Холявко Катерина Олександрівна, студентка
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ЗАХІДНОЄВРОПЕЙСЬКОГО ІНТЕГРАЦІЙНОГО ВЕКТОРУ УКРАЇНИ 488
Храпунова Олександра Ігорівна, магістр
АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА 491
Цвик Олександр Григорович, магістр
ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 493
Цуканова Лілія Володимирівна, студентка,
ПРОБЛЕМИ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ 496
Черкашина Аліна Олександрівна, Шопіна Анна Михайлівна, студентки
ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ТА ЇЇ РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 499
Чумаченко Олена Валеріївна, магістр
ЯПОНСЬКА ФІЛОСОФІЯ «КАЙДЗЕН» - ЗАПОРУКА ВДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ 502
Шаповал Олександр Олегович, студент
ПЕРЕХІД ВІД ПАПЕРОВОГО ДО ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ СУБ'ЄКТІВ ЗЕД В УКРАЇНІ 505
Шаповалова Вікторія Анатоліївна, студентка
СІЛЬСЬКІЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФОРМА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ 508
Шараєнко Ольга Андріївна, студентка
ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 511
Швидка Дар'я Миколаївна, студентка
РОЗВИТОК ПОДАТКОВИХ ПІЛЬГ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНІ, ЯКІ ЗАЙМАЮТЬСЯ ІННОВАЦІЯМИ 514
Шевченко Аліна Олександрівна, студентка

ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ВІРТУАЛЬНИМ ПРОЕКТОМ МАГАЗИНУ 517
Шелевер Аліна Миколаївна, студентка
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ 518
Шрамковська Анастасія Геннадіївна, студентка
РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ ТА ЙОГО ПІДТРИМКА ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ 520
Юзефович Марія Вікторівна, магістр
ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В РОЗРІЗІ ВИКЛИКІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ 522
Костенко Аліса Олексіївна, аспірант
СПРОЩЕННЯ ПРОЦЕДУР МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ШЛЯХОМ РОЗБУДОВИ МИТНОГО КОНТРОЛЮ ПІСЛЯ ВИПУСКУ ТОВАРІВ 525
Турчін Андрій Вікторович, студент
ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА 527
Климець Оксана Сергіївна, студентка
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ МИТНИХ ПЛАТЕЖІВ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ 529
Гончарук Наталія Іванівна, студентка
УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНУ 533
Писарева Олександра Михайлівна, студентка
МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ 534
Білокриницька Оксана Павлівна, студентка
ЗАЙНЯТІСТЬ ТА БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ 537
Соловей Кристина Романівна, студентка
ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ 540
Смалюк Мирина, студентка 543
СОЦІАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

СЕКЦІЯ 6
УКРАЇНА – ТЕРИТОРІЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ: ПОГЛЯД МОЛОДІ

Шашула Людмила Олексіївна
к.е.н., с.н.с., пр. н.с. відділу проблем економіки
земельних і лісових ресурсів ДУ «ІЕПСР НАН України»

ЗЕМЕЛЬНО-РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ – РЕАЛЬНА ТЕРИТОРІАЛЬНА МОЖЛИВІСТЬ ДЛЯ РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Станом на 1 січня 2017 року земельний фонд України в межах її кордонів налічував 60 354,8 тис. га, що становить 0,4% площі суходолу Землі та відповідно 6% площі Європейського субконтиненту. За даними Державної служби України з питань геодезії, картографії та кадастру, земельний фонд країни був структурно розподілений таким чином: значна частка земельної площі (70,9%, або 42,79 млн га) – сільськогосподарські землі, у структурі яких сільськогосподарських угідь – 68,9, з них 53,8 припадає на ріллю; 9,1 становлять пасовища; 4 – сіножаті; 1,5 – багаторічні насадження; 0,5% – перелоги. Ліси та інші лісовкриті території займають 17,6% території країни, забудовані землі – 4,2, території, вкриті поверхневими водами, – 4,0, заболочені землі – 1,6, інші – 1,7%.

В Україні в аграрному секторі уже реформовано 11956 господарств, що становить 99,8 відсотка від їх загальної кількості. Внаслідок реформування створено близько 37,6 тисячі нових агроформувань ринкового типу, у власності та користуванні яких знаходиться 37,7 млн. га земель. З них, 8,7 тисячі (23,2%) товариств з обмеженою відповідальністю в обробітку яких 9,1 млн. га та 5,6 тисячі (15,0%) приватних підприємств площею 3,2 млн. гектарів. Також засновано 0,7 тисячі (1,8%) акціонерних товариств площею 832,2 тис. га та 0,8 тисячі сільськогосподарських кооперативів (2,2%) площею 807 тис. гектарів. Ефективно господарюють на площі 3,0 млн. га фермерські господарства, яких нині 15,3 тисячі (40,8%). На сьогодні налічується 6,4 тисячі (17%) інших нових суб'єктів господарювання, які обробляють 1,7 млн. га сільгоспземель. Загалом землевласники уклали 4,75 млн. договорів оренди. З них: 42,7% терміном 6-10 років, 38,7% – 4-5 років. На 10 і більше років власники паїв віддали в оренду 14% земель, на мінімальні терміни 1– 3 роки укладено лише 4,6% договорів оренди.

Так, площа наданих в оренду паїв становить 17,4 млн. гектарів. Середній розмір орендної плати на рік сягнув 574,7 грн. за 1 гектар. Загальна сума виплат за оренду земельних часток (паїв) згідно з укладеними договорами на 2013 рік становить близько 10,0 млрд. гривень. Станом на 0.01.2014 уже виплачено за оренду земельних паїв 583,3 млн. гривень.

Регіональні розбіжності. Рівень екологічної безпеки земельних ресурсів по території України характеризується мозаїчністю. До областей з високим рівнем кризовості віднесено 2 регіони – Дніпропетровську область та м. Київ. Підвищений рівень екологічної безпеки мають регіони: Чернівецький, Рівненський, Львівський, Закарпатський та Тернопільський, середній рівень – регіони – Харківський, Чернігівський, Донецький, Одеський, Запорізький, Івано-Франківський, Сумський, Кіровоградський, помірний рівень – регіони: Черкаський, Миколаївський, Херсонський, Полтавський, Волинський і Житомирський, низький – регіони:Хмельницький, Вінницький та Луганський області). Встановлено, що найнижчим є рівень екологічної безпеки земельних ресурсів у Луганській області, а найвищим – у м. Києві. В структурі екологічної безпеки України блок земельні ресурси займає 15,2%, а в регіональному розрізі – від 0,001% (м. Київ) до 69,2% (Вінницька область).

Загальні проблеми. Україна щороку втрачає близько 100 тис. га родючих ґрунтів. Кількість гумусу в ґрунтах порівняно з кінцем XIX ст. знизилася в 6 разів і щорічно зменшується ще на 18 млн. т. Ріллі в Україні займають більш як 90 % площі степів і лісостепів, але вони вже надто виснажені, забруднені мінеральними добривами й пестицидами. Українські чорноземи становили близько 50 % їх світового банку, через надмірну експлуатацію та забруднення виведено з обороту майже 60 % їх кількості. Через перехімізацію сільського господарства, що призвела до нагромадження в ґрунтах України, продуктах харчування й воді хімічних речовин, шкідливих для здоров'я людей і біоти, зменшуються й рекреаційні ресурси.

За останні 100 років антропогенна діяльність завдала величезної шкоди тваринному й рослинному світові України. Тільки в передвоєнні роки на Донеччині й у Криму зникло більш як 40 видів рослин, у Карпатах — 20. До Червоної книги України занесено близько 700 видів тварин і рослин, яким загрожує вимирання чи знищення.

Пропозиції до органів влади щодо удосконалення нормативно-правової бази у сфері регулювання землекористування:

- вилучити землі різних категорій (деградованих орних земель, із промислового використання у видобувній, будівельній та інших галузях виробництва) внаслідок економічної збитковості їх використання за призначенням або ділянок, які втратили природний стан і становлять підвищену небезпеку для збереження навколишнього середовища;
- надати переваги відновленню природних ландшафтів як найбільш доцільному альтернативному виду використання земель, що вибувають із сільськогосподарського використання;
- підвищити ставки земельного податку за землі сільськогосподарського призначення (ставка земельного податку на 1 га ріллі, перелогів, природних сіножатей і природних пасовищ становить 0,1% від нормативної грошової оцінки та 0,03% для багаторічних насаджень) у зв’язку із зростанням прибутків від використання земель, зміною якісного стану ґрунтів, зростанням попиту на

продукцію сільського господарства, збільшенням потреби у фінансуванні природоохоронних робіт в аграрному природокористуванні;

- поетапно підвищувати ставки земельного податку від використання земель населених пунктів (ставка податку на які встановлюється в розмірі 1% від їх нормативної грошової оцінки) у зв'язку з підвищенням інвестиційної привабливості даної категорії земель та інституціональними зрушеннями у податковому регулюванні нерухомості;
- збільшити ставку орендної плати за використання сільськогосподарських земель (в Україні законом установлено нижній рівень орендної плати в розмірі 3% від нормативної грошової оцінки ділянки; за експертними оцінками 2012 року в середньому ставка орендної плати становила лише 2,6%);
- у бюджетному та податковому законодавстві необхідно закріпити норму щодо використання частини надходжень від плати за землю та від операцій купівлі-продажу земельних ділянок на фінансування проведення кадастрових робіт, робіт із землеустрою, охорони земель.

Сакаль Оксана Володимирівна,
к.е.н., с.н.с., докторант,
ДУ ІЕПСР НАН України

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМНИХ ЕФЕКТІВ СФЕРИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Системні ефекти сфери природокористування в умовах поглиблення інституціональних трансформацій в Україні та світі можуть виступати потенційними можливостями розвитку підприємницької діяльності. Ідентифікація таких ефектів дозволяє обґрунтувати дієві механізми регулювання природокористування відповідно до новітніх тенденцій у природно-ресурсному секторі національного господарства.

Особливості формування системних ефектів сфери природокористування та їх характеристики вивчаємо на основі теоретико-методологічних засад загальної теорії систем, зокрема, системні теорії самоорганізації, сталості (стійкості), різноманіття, криз, хаосу, складності, а також прикладні науки про системи.

Система – це складний комплекс, функціонування якого в цілому залежить від його складових частин і від взаємодії між цими частинами, та має мету. У сфері природокористування, виходячи з визначення системних ефектів як таких, що виникають внаслідок взаємодії декількох складових (систем), та визначається зростанням ефективності й формуванням нових якостей, метою є

зростання ефективності діяльності за рахунок інтеграції окремих елементів в єдине ціле. Сферу природокористування у даному дослідженні розглядаємо як макросистему, що функціонує на перетині природно-ресурсної і фінансово-економічної систем. Така система визначається межами, які обумовлюють рамки функціонування і взаємодії елементів. Усередині системи мають місце всі петлі позитивного та негативного зворотного зв'язку.

Саме процес визначення цілей функціонування системи часто становить основну проблему організації взаємодії – наближення й контактів між частинами природно-ресурсної і фінансово-економічної систем. Характер та інтенсивність зв'язків в організації такої взаємодії постійно змінюються в залежності від стану досліджуваних систем. При цьому межу між природоресурсною системою – закритою і фінансово-економічною – відкритою визначити складно.

Для розуміння сутності системи не обов'язково знати її внутрішню структуру. Достатньо знань про закономірності реакції системи на петлі зворотного зв'язку, тобто відомостей про мету системного розвитку. Будь-яка соціально-економічна система є цілеспрямованою, виходячи з власних внутрішніх цілей та загальної мети розвитку, на відміну від виробничих систем, які характеризуються наперед встановленими цілями, або біологічних, які націлені на виживання відповідно до умов навколишнього середовища [1]. Соціально-економічні системи як сукупність інституційних одиниць, які можуть створювати власні цілі всередині системи. Такі цілі можуть не збігатися і навіть суперечити цілям, які встановлюються управляючою (під)системою як у частині досягнення мети системного розвитку системи, так і щодо перебігу процесів розвитку й необхідних для цього факторів. Такі системи можуть мати множину цілей, що й обумовлює переваги і ризики формування системних ефектів. При взаємодії природоресурсної та фінансово-економічної систем відбувається взаємодія інституційних одиниць щодо природних ресурсів як активів їх розвитку.

Відзначимо, що відповідно до Класифікації інституційних секторів економіки України, затвердженої наказом Держстату від 03.12.2014 р. № 378 економіка країни в цілому складається із сукупності інституційних одиниць резидентів, які групуються в п'ять інституційних секторів відповідно до їх функцій, поведінки і цілей, при цьому кожна інституційна одиниця в цілому повинна бути віднесена тільки до одного з цих секторів [2]: нефінансових корпорацій; фінансових корпорацій; загального державного управління; домашніх господарств; некомерційних організацій.

Формуючи взаємодію між природоресурсною і фінансово-економічною системою неможливо визначити прості, чіткі, постійні та єдині спільні для усіх елементів системи цілі. Вирішення цієї проблеми можливе, по перше, за умови оптимізації та поліпшення процесу пошуку, визначення і формулювання цілей. Основним критерієм рішення стає ефективність, тобто використання мінімуму ресурсів і досяжність поставлених цілей, тобто реальна оцінка можливості їх

досягти.

Відзначимо сутність ефективного функціонування системи за [3, с. 12]. За таких умов у системі накопичується вільна енергія, що зумовлює її прогресивне перетворення, ускладнення, підвищення рівня її стійкості. В іншому випадку система спрощується, її стійкість/рівновага знижується. Нерівноважність системи є фактором трансформацій, що зумовлюють порушення у стійкій рівновазі – зміни як параметрів стану системи, так і характер змін. Саме біогеохімічні принципи еволюції живої природи В. І. Вернадського можна застосувати для опису системних ефектів функціонування ендо- та екзогенних формацій у сфері природокористування. Так, вільна (біогеохімічна) енергія прагне у біосфері до максимального прояву, а також при еволюції видів виживають ті організми, які своїм життям збільшують вільну енергію [3, с. 72]. Стаціонарні системи за І. Пригожиним є дисипативними структурами, що виробляють ентропію [3, с. 74], тобто знижують упорядкованість, спричиняють хаос, а далі розвиток і якісний стрибок у самоорганізації.

Відтак усі механізми регулювання природокористування в умовах поглиблення інституціональних перетворень у природно-ресурсному секторі національного господарства покликані змінювати параметри середовища таким чином, щоб зумовлювати вихід системи, що самоорганізується, з динамічної рівноваги та появу її нової якості.

Список використаної літератури

1. Джаксон М. Теория сложности (complexity) и системный подход // Альманах «Восток». 2005. № 100. URL: http://www.situation.ru/app/j_art_1052.htm 45 (дата обращения 08.09.2017).

2. Класифікація інституційних секторів економіки України: наказ Держстату від 03.12.2014 р. № 378. URL: http://ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/kise.zip (дата звернення 13.09.2017).

3. Основи стійкого розвитку: Навчальний посібник / За заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. 654 с.

4. Словник фінансово-правових термінів / [за заг. ред. д. ю.н., проф. Л. К. Воронової]. – 2-ге вид., переробл. і доповн. К.: Алерта, 2011. 558 с.

Polous Olga Viktorivna
PhD in Economics, Assistant Professor
National Aviation University, Kyiv

SELF-ASSESSMENT AS A METHOD OF DETERMINING THE EFFECTIVENESS OF THE COMPANY`S HUMAN CAPITAL

Self-assessment is a process by which people "measure" their effectiveness, skills, abilities and other qualities. Companies use the self-assessment method as part of the methodologies for assessing the effectiveness of human capital, valuation-360 and even in the selection process.

One of the simplest and at the same time reliable methods for determining self-essessment is the Dembo-Rubinstein methodology. In order to determine the level of self-esteem (for example, by the criterion of "optimism"), it is suggested to draw a line and imagine that there is the most optimistic person in the world at the top pole, the pessimistic one at the bottom and all the rest between them. Then the subject is asked to mark with a dash on the scale, as he assesses himself at this time on this parameter. After that, a circle should be noted wherever he would dream of being between these poles ideally. Finally, a tick marks the level at which a person can be, objectively assessing their capabilities. Similarly, scales are also filled in according to other parameters.

Specialists recommend using mandatory scales: "health", "mind", "character" "happiness", "self-satisfaction" and "optimism". Additional scales can be entered at your discretion, depending on the purpose of the study.

Approximately 5% of US companies use some types of self-assessments as a part of the process of assessing the performance of their employees. For example, some law enforcement agencies use the self-assessment method as part of the evaluation process for their employees, since very often they work alone, and by some criteria no one else can appreciate their work. In other companies, the self-assessment method is used to collect initial information for a manager preparing to assess the performance of employees. Other companies conduct comparisons and discussions of the results of self-evaluation of employees and evaluation of the same employees by managers.

Self-assessment as a method of determining the effectiveness of human capital has its advantages and disadvantages (Table 1).

Table 1

Advantages and disadvantages of self-assessment as a methodology of determining the effectiveness of human capital

Advantages	Disadvantages
- the staff's perception of the evaluation as an equitable process; - providing a tool that works to increase communication in the assessment interview;	- an employee may believe that his/her evaluation will be invested in his/her personal dossier; - the manager/chef consider that this method of

- coverage of differences in the opinions of the employee and the evaluator; - increases the acceptability of verification by creating conditions for self-reflection; - gives more prospects for increasing the efficiency of the employee's work	evaluation negatively affects his/her role/power; - employees may refuse to conduct a self-assessment, because they believe that this is the work of the head; - employees can deliberately overestimate their self-esteem if they think that in this way they can influence the supervisor to give them a higher scoring score

To achieve high labor productivity from each employee and retain good staff, as well as to make decisions in situations where the staff does not work as desired, the method of dividing employees into three categories is applied, each of which must be managed in different ways:

- The highest category (20%). They are highly qualified specialists with significant achievements. They are fully committed to the mission of the company and contribute to its prosperity. These employees deserve the greatest attention and recognition that management can afford.

- The middle category (60%). These are workers who perform their work with dignity and honesty. They are not flawless and make mistakes, but, in essence, they always try to work well. They should be treated fairly, with respect and regularly encouraged.

- The lowest category (20%). These are the weakest workers. They performed their work in bad faith, and pulled down others. They are not suitable for work in the company. If there is no way to get rid of them at once, it's better to transfer them to a low-skilled job.

As a rule, many owners and managers of companies use this method with minor variations. Some call the ratio 10:80:10, others - 20:70:10. Regardless of the figures, all are inclined to the indicators of the normal distribution curve, which regulates the time and resources invested in workers.

It is logical to assume that the best opportunity to stay in your workplace is to firmly establish yourself in the highest category. But it is not so easy to ascend to the top. A serious problem is fierce competition, but the rules change is even more. If priorities change in the sector of the enterprise, the skills of the employee may be useless. In difficult times, the employee's previous experience does not always help him to reach the highest category. This leads him into despair and makes him think about the place he takes in the company. Here, top management should be involved in solving the problem and choose the right method of self-assessment to ensure effective use of the human capital of each employee.

Лысый Александр Филиппович
к.э.н., профессор кафедры менеджмента и предпринимательства на морском транспорте
Азовского морского института НУ «ОМА»
Косаренко Вероника Валентиновна
студентка специальности
«Менеджмент организаций»

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В МОРСКУЮ ОТРАСЛЬ УКРАИНЫ

В современных условиях развития морской отрасли в Украине прослеживается ряд положительных и отрицательных тенденций. Одним из положительных аспектов является сохранение инфраструктурного потенциала, который может стать основой для активизации экономического роста национального хозяйства. Развитие морской отрасли позволяет наращивать рост экспортно-импортного оборота, вкладывать доходы в платежный баланс страны; улучшать транспортную инфраструктуру; создавать новые рабочие места; интегрировать государственную и частную предпринимательскую деятельность [1].

Позиционирование Украины как суверенного европейского государства говорит о необходимости утверждения страны как дееспособной морской державы. При этом одним из важных направлений транспортного менеджмента должно стать развитие портовой инфраструктуры. Особенности размещения портов Украины позволяет определить пути инвестиционного развития в таких направлениях:

совершенствование внутренней организационной структуры управления;

развитие и совершенствование информационно-аналитической сети;

улучшение системы организации труда, повышение производительности труда;

пересмотр кадровой политики, оптимизация численности;

улучшение отдельных производственных процессов;

улучшение технологии и эксплуатации основных фондов;

реструктуризация порта с передачей в аренду нерентабельных и не основных для порта подразделений;

реализация программ энергосбережения и ресурсосбережения;

расширение видов коммерческой деятельности и совершенствование маркетинга;

создание подразделений для отслеживания логистических цепочек [3].

Особое внимание при определении направлений развития морской отрасли существующим сдерживающим факторам развития национального

судоходства: снижение спроса национальной внешней торговли на услуги по морской перевозке грузов; утрата конкурентных позиций; снижение грузооборота; отсутствие в стране должного институциональной среды; высокое общая налоговая нагрузка на судоходство [2].

Модернизация отраслей экономики Украины будет возможна при условии привлечения приватных инвесторов, которые должны будут подкрепить государственную политику модернизации и повышения конкурентоспособности морского транспорта, которая является одним из направлений реализации «Стратегии развития морских портов Украины на период до 2038г.», разработанной Кабинетом Министров Украины с целью комплексного развития отрасли.

Список использованной литературы

1. Наврозова, Ю. А. SWOT-анализ морских торговых портов Черноморо-Азовского бассейна / Ю. А. Наврозова, Е. В. Грушевская // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті : зб.наук.праць. – 2011. - № 34. – С. 18–36.

2. Кравченко, А. В. Анализ результатов развития предприятия портовой деятельности/ А. В. Кравченко // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті : зб. наук. праць. – 2008. – №. 27. – С. 63–70.

3. Примачев, Н. Т. Методы измерения эффективности морского транспортного комплекса/ Н. Т. Примачев. – Одесса : ОНМА, 2009. – 258 с.

Ляшенко Ганна Павлівна,
к. е. н., доцент, професор кафедри
економіки підприємства *УДФСУ*
Макарчук Анастасія Русланівна,
студентка VI курсу групи ПТМ 16-2
ННІ економіки, оподаткування та митної
справи

СІМЕЙНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ

Сімейний бізнес відіграє важливу роль в розвитку економіки кожної держави, воно виконує ряд функцій, як економічного, так і соціального характеру. Економічна роль сімейного бізнесу полягає в тому, що він мобілізує фінансові і виробничі ресурси населення, сприяє розвитку конкуренції, є

двигуном науково-технічного прогресу, забезпечує поповнення державного і місцевого бюджету за рахунок надходжень від податків та зборів тощо. У соціальному значенні сімейний бізнес сприяє створенню нових робочих місць, забезпечує ринок потрібними товарами та послугами, намагаючись найповніше задовольнити потреби населення. Він відіграє визначальну роль також в соціально-економічному прогресі будьякої країни світу.

Сімейний бізнес – базується на власності і праці сім'ї. До членів сімейного бізнесу входять громадяни, які пов'язані родинними зв'язками і живуть разом. При цьому власність використовується всіма членами сімейного підприємства спільно, а вироблена продукція належить усім учасникам цього підприємства, якщо інше не передбачено угодою про створення такого бізнесу.

Оскільки поняття сімейного бізнесу щораз більше досліджується, то необхідно проаналізувати тлумачення даного поняття закордонних науковців.

Так, американські джерела подають таке визначення: «Сімейний бізнес є комерційною організацією, в якій прийняття рішень залежить від кількох поколінь родини, пов'язаних по крові або шлюбу, які тісно пов'язані з фірмою керівництвом або правом власності. Власник-менеджер підприємницької фірми не вважається сімейним бізнесом, тому що йому не вистачає кількох поколінь, розміру і впливу сім'ї, які створюють унікальну динаміку і відносини сімейного бізнесу» [1,2]. З поданого вище можна зрозуміти, що американські практики та теоретики вважають основною ознакою сімейного бізнесу – право власності родини на підприємство, яке передавалось з покоління в покоління.

Думки американських колег розділяють і польські вчені, які подають таке тлумачення: «Сімейний бізнес – тригонально в своїй будові ринкового організму охоплює сім'ю, бізнес та приватних осіб, які діють функціонально по-різному, але для взаємно адаптованих цілей, а їх реалізація присвячує свою енергію на перспективу багатопоколінному управлінню та контролю діяльності» [3].

У німецьких джерелах наведено таке визначення: «Сім'я або сімейний бізнес – це бізнес, на який значною мірою впливає сім'я або обмежена кількість власників з сімейними відносинами. Розмір фірми не має значення» [4]. Як можна зауважити, то тут уже не йдеться про право власності поколіннями, а тільки зосереджується увага на впливі сім'ї на управління підприємством. Це значною мірою відрізняє значення терміна «сімейний бізнес» від того, як його розуміють у таких країнах, як Польща та США.

Французькі вчені подають таке визначення: «Сімейний бізнес – це компанія, більша частина капіталу якої належить одній або декільком сім'ям. Сімейний бізнес – це коли власниками є принаймні три покоління» [5]. Подібне розуміння «сімейного бізнесу» є і у Швейцарії: «Сімейний бізнес контролюється членами однієї сім'ї і, при необхідності, управління знаходиться в руках родини (і пов'язаних особисто з цією сім'єю осіб), яка має можливість достатньо впливати на нього, щоб контролювати і стратегічна концепція якого

включає мету забезпечення безперервності перебування підприємства в руках наступних поколінь родини» [6].

Для країн, які на сьогодні мають досить слабку ринкову економіку, поняття «сімейного бізнесу» є розмитим і не до кінця зрозумілим. Так, наприклад, у законодавстві Російської Федерації навіть дотепер не прописаний термін «сімейний бізнес», а тільки «сімейне підприємство», яке за своїм визначенням ототожнюється з «приватним підприємством»: «Сімейне підприємство – за законодавством РФ – це підприємство, що належить громадянину на праві власності або членам його сім'ї на праві спільної часткової власності, якщо інше не передбачено договором між ними» [7].

В Україні досить поширеними є поняттям «сімейний бізнес», «сімейне підприємство», «сімейне підприємництво». Проте у чинному законодавстві відсутні відповідні поняття [8]. 1 березня 2013 р. Верховна Рада зареєструвала відповідний законопроект № 2441 про внесення змін до Податкового кодексу України (щодо стимулювання розвитку сімейного підприємництва). Проектом Закону надається визначення «сімейне підприємництво», відповідно до якого – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з обов'язковим використанням праці членів своєї сім'ї з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Розвиваючи сутність сімейного бізнесу, як комплексу ефективних функцій, виконуваних в економіці, спрямованих на забезпечення розвитку і вдосконалення господарського механізму, створення інноваційного поля діяльності, науковці-дослідники пропонують до якостей підприємця додати наступні [9, с. 16; 13, с. 326-328]: чітку орієнтацію на ефективність та якість; відповідальність не тільки за себе, а й за оточуючих; уміння протистояти будь-якому тиску ззовні, шантажу та іншим протиправним діям, готовність до пошуку нових можливостей до зміни сфери прикладання своїх зусиль.

Для реалізації вищенаведених ділових якостей, підприємець повинен володіти відповідними організаторськими здібностями, перш за все, вмінням визначати напрями вибору підприємницької діяльності, орієнтуватися на потреби споживачів, забезпечувати заходи щодо підвищення якості продукції та послуг, готовністю організувати виробництво саме тих товарів і продукції, які необхідні суспільству. До того ж, започаткувати власну справу підприємцю слід оцінити можливості залучення і формування необхідних матеріальних, фінансових і трудових ресурсів. Важливим є і пошук людей, здатних до підприємницької діяльності, вміння керувати людськими ресурсами, направляти їх на досягнення кінцевих результатів, гарантувати успіх. Організаційні здібності підприємцю слід проявити і в пошуку споживачів виробленої продукції і послуг, налагодженні каналів збуту.

Практика підприємницької діяльності також засвідчує, що організаційні навики підприємця багато в чому залежать від природних (фізіологічних) здібностей особистості. Такі риси характеру та ділові якості підприємця, як

кмітливість, винахідливість і оригінальність мислення, здатність до ризику саме і забезпечують успіх підприємницької справи. Залежно від форм організації праці, підприємець може здійснювати індивідуальну трудову діяльність, сімейну трудову діяльність – коли до справи залучені родичі, набирати відповідну кількість найманих працівників та організовувати підприємницьку організацію, а також об'єднуватися з підприємцями-партнерами для ведення спільного бізнесу.

Отже, для розвитку та діяльності сімейного бізнесу в Україні необхідно, в першу чергу, створити нормативно-правову базу. Також, зменшити податкове навантаження, що буде сприяти розвитку таких підприємств. Враховувати політичну ситуацію (постійні зміни правил ведення підприємницької діяльності, корупція в контролюючих і перевіряючих органах влади, відсутність особистої відповідальності чиновників установ, що так чи інакше регулюють діяльність бізнесових структур, що викликає нестабільність сімейного бізнесу). Для ефективного функціонування підприємств сімейного бізнесу потрібно враховувати риси характеру, особистісні та ділові якості підприємця.

Список використаної літератури

1. Чухрай Н.І. Сімейне підприємництво в Україні: стан, бар'єри та напрями їх подолання / Н.І. Чухрай, І.Я. Кулиняк.

2. Carlock, Randel S., Manfred Kets de Vries and Elizabeth Florent-Treacy (2007) / Randel S.

3. Kets de Vries. (1996). Family Business: Human Dilemmas in the Family Firm / Kets de Vries, F.R. Manfred. – London : International Thompson Business Press.

4. Więcek-Janka E., Wiodące wartości w zarządzaniu przedsiębiorstwami rodzinnymi, seria: Rozprawy nr 488 / E. Więcek-Janka, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2013.

5. Final Report of the Expert Group Overview of Family-Business-Relevant Issues, EUGeneraldirektion Enterprise & Industry, 2009. – S. 9.

6. Pour ses 150 ans la confiserie Fouque a obtenu le label EFC. [Electronic resource]. – Mode of access http://www.efc-centenaires.fr.

7. Empresa familiar. [Electronic resource]. – Mode of access http://es.wikipedia.org/wiki/ Empresa_familiar.

8. Проект Закону України "Про сімейне підприємництво". [Електронний ресурс]. – До- ступний з http://ukrlegprom.org.ua/ua/golovni_podiii/zakon_ukraiini_pro_simejne_pidpriemstvo.html.

9. Маршалл А. Принципы экономической науки. Т.3./ Перев. с англ.. – М.: Изд.группа «Прогресс», 1993. – 352 с.

Макаренко Марина Васильевна
д.э.н., профессор кафедры менеджмента и предпринимательства на морском транспорте
Азовского морского института НУ «ОМА»
Косяк Анна Викторовна
студентка специальности «Менеджмент организаций»

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО СЕКТОРА МОРСКОЙ ОТРАСЛИ

Необходимость усовершенствования малого среднего бизнеса в современных условиях все больше возрастает, что поясняется ужесточением рыночной конкуренции на внутренних и международных рынках. Появление новых форм хозяйствования усложняет взаимодействие в различных отраслях экономики. Возрастающие проблемы развития предпринимательского сектора негативно влияют на транспортную отрасль, в том числе на морскую. Существенное влияние меняющейся среды на себе ощущают такие представители предпринимательской деятельности как фирмы по агентированию стивидорные, фрахтовые фирмы и т.п. [1].

Большинство теоретиков и практиков считают, что основными причинами, препятствующими развитию предпринимательской деятельности на морском транспорте являются: неэффективное государственное регулирование экономики; усложнение процедур регистрации и лицензирования отдельных видов услуг; существенная фискальная нагрузка; сложная процедура привлечения финансовых средств; возрастание недобросовестной конкуренции; потеря рыночных сегментов [2]. Перечисленные проблемы становятся причиной низкого развития малого и среднего бизнеса в отрасли.

Дестабилизация ситуации на рынке транспортных услуг порождает внутренние управленческие сложности, а именно: понижение спроса на посреднические услуги в портах; ухудшение инфраструктурного обеспечения, качества; невыполнение услуг точно в срок, снижение инновационного развития в системе обслуживания клиентов.

Учитывая принятые на государственном уровне направления развития морского транспорта Украины, следует отметить, что ключевыми действиями в сфере предпринимательства должны стать: пересмотр бюджетно-налоговой политики на уровне государства; поддержка активизации взаимодействия малого, среднего бизнеса с крупными предприятиями морской отрасли;

усовершенствование, расширение и модернизация инфраструктуры морского транспорта [1].

Решение проблем развития предпринимательского сектора на морском транспорте позволит привлечь новых инвесторов к сотрудничеству с малым и средним бизнесом; улучшить качество предоставляемых услуг; активизировать процесс публично-приватного партнерства; улучшить взаимодействие между администрацией портов, портами, портовыми операторами, экспедиторами, агентами, судовыми поставщиками, сюрвейерами и прочими предприятиями морской отрасли. Позитивными эффектами будет: решение проблем занятости; наращивание клиентской базы; появление добросовестной конкуренции и формирование местных и государственных бюджетов.

Список использованной литературы

1. Стратегічний план розвитку морського транспорту на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://shag.com.ua/strategichnij-plan-rozvitku-morsekogo-transportu-na-period-do.html

2. Развитие малого и среднего бизнеса в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/2341.htm.

Петренко Наталія Олександрівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Уманський національний університет садівництва

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДО ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ

Процес стратегічного управління полягає в розробці, формулюванні, реалізації й контролі стратегії [1, 2, 3, 6]. Кожне підприємство, приступаючи до стратегічного управління, сподівається досягти своїх цілей. Практика свідчить, що не всі починання закінчуються успішно. Практично в кожного підприємства є стратегічні наробітки, інша справа, що вони не завжди мають певний і усвідомлений вид. Для розробки ефективних стратегічних рішень пропонується застосовувати наступні наукові підходи: системний, комплексний, інтеграційний, маркетинговий, функціональний, динамічний, відтворювальний, процесний, нормативний, кількісний, адміністративний, поведінковий, ситуаційний. Всі ці підходи дозволяють розглянути підприємство й процес

стратегічного управління на ньому з різних точок зору, що забезпечує більшу впевненість у тім, що підприємство зможе досягти стратегічного успіху.

У процесі стратегічного управління на підприємство впливають різні фактори [5]. Ризик. Ризик є необхідним елементом господарської діяльності, але високий ступінь ризику при виборі тої або іншої стратегії може зруйнувати підприємство. Знання минулих стратегій. Часто свідомо або несвідомо керівництво є під впливом минулих стратегічних альтернатив, вироблених підприємством. Реакція на власників. Досить часто власники акцій обмежують гнучкість керівництва при виборі конкретної стратегії. Фактор часу. Фактор часу при ухваленні стратегічного рішення може сприяти успіху або невдачі організації. Реалізація навіть дуже гарної ідеї в невдалий момент може привести до розвалу підприємства.

Розробка стратегії підприємства починається з визначення основних орієнтирів підприємницької діяльності (так званої її місії) і оголошення відповідного послання, у якому повідомляється про її призначення. Виходячи із цього встановлюються мета й форми реалізації стратегії.

Наступним етапом стратегічного управління і яскравою характеристикою будь-якого економічного суб'єкта виступає визначення мети його діяльності. Відсутність чітко вираженої мети позбавляє менеджмент свідомості. Залежно від специфіки галузі, особливостей стану середовища, характеру й змісту місії на кожному підприємстві встановлюються свої власні цілі, особливі як по наборі параметрів підприємства, бажаний стан яких виступає у вигляді цілей підприємства, так і по кількісній оцінці цих параметрів.

Наступним етапом стратегічного управління є стратегічний аналіз, що побудований на зборі й обробці необхідної інформації. Очевидно, що для використання специфічного інструментарію при розробці стратегії насамперед необхідно вирішити проблему інформаційного забезпечення й вибору методів обробки інформації. Надзвичайно важлива інформація при прийнятті стратегічних рішень про внутрішніх і зовнішніх факторів, що роблять вплив на діяльність підприємства.

Після визначення місії й цілей, проведення стратегічного аналізу формулюються бізнес-стратегії, які іноді називають портфельними, і функціональні стратегії для кожного виду діяльності, якщо підприємство диверсифіковане [4]. Якщо ж підприємство спеціалізоване, то бізнес-стратегія буде збігатися з корпоративної, а функціональні стратегії розробляються в цілому для підприємства. Після того як сформульовані функціональні й бізнес-стратегії починається етап їхньої консолідації в рамках єдиної корпоративної стратегії.

Процес стратегічного контролю здійснюється протягом всіх етапів розробки й реалізації стратегії у вигляді зворотного зв'язка й забезпечує критичну оцінку діючої стратегії управління. В області стратегічного контролю звичайно виділяють три елементи - контроль передумов, контроль реалізації й стратегічний нагляд.

Контроль передумов здійснюється на перших трьох рівнях і спрямований на своєчасне виявлення невідповідності місії й цілей, або отриманої інформації в ході стратегічного аналізу про реально існуючу обстановку. Контроль реалізації орієнтований на перевірку ефективності діючої стратегії й на виявлення стратегічних змін, які повинні бути враховані при керуванні підприємством.

Стратегічний нагляд можна охарактеризувати як контроль без спеціальної спрямованості [4]. Завдання тут полягає в забезпеченні запланованих процедур у зв'язку з подіями в зовнішнім оточенні. При цьому завчасно повинні виявлятися події, які чреваті погрозою для успіху підприємства. На практиці стратегічний нагляд часто замишляється як попереджуюча функція, що поряд з виявленням погроз дозволяє знайти нові шанси й забезпечити підприємству розвиток відповідно до динаміки зовнішнього середовища.

Таким чином, проаналізувавши етапи формулювання й реалізації стратегії, розглянувши основні елементи стратегії, визначивши обмеження й фактори, що впливають на підприємство і його стратегію, можна зробити наступні висновки.

Процес стратегічного управління містить у собі п'ять етапів [7]: формулювання місії, визначення цілей і завдань, стратегічний аналіз, обґрунтування вибору стратегії й стратегічний контроль. Взаємозв'язок і послідовність етапів стратегічного управління є основою для вироблення ефективної стратегії. На сьогоднішній день для українських підприємств, особливо переробних, найбільш важливим етапом стратегічного управління є стратегічний аналіз, що дозволяє зібрати, оцінити й систематизувати інформацію, необхідну для прийняття стратегічних рішень. З огляду на нестабільність і непередбачуваність зовнішнього середовища й більші внутрішньогосподарські резерви, які є на практично будь-якому підприємстві, актуальність цього етапу стратегічного управління складно переоцінити.

Підводячи підсумки дослідження наукових праць закордонних і вітчизняних авторів у галузі економіки, теорії управління й стратегічного управління, підтвердило необхідність розробки стратегій управління підприємствами. Розробкою таких стратегій можуть займатися самі підприємства, адміністративні органи, але ця функція може бути делегована консалтинговим фірмам і консультаційним галузевим бюро.

Наявність у підприємств потенційних внутрішніх ресурсів і зовнішніх можливостей є предметом стратегічного управління, що спрямовано на перетворення їх у реальні фактори успіху. Шлях від потенційних можливостей до реальних конкурентних переваг, що гарантують успішний розвиток підприємства, лежить через складну процедуру розробки й обґрунтування необхідної стратегії управління підприємствами.

Список використаної літератури

1. Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ./ Науч. ред. И. авт. предисл. Л.И. Евенко. − М: Экономика, 1989 − 519с.

2. Баранчев В. Стратегический анализ: технология, инструменты, организация // Проблемы теории и практики управления. − № 5. − 2005. − С. 85−90.
3. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. − 2 − е изд., перераб. и доп. − М.: Гардарики, 2002. − 296 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Пер. с англ. под ред. О.А. Третьяка, Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. − СПб.: здательство «Питер», 1999.−896 с.
5. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер, с англ. − М: «Дело». 1993 − 702 с.
6. Попов С.А. Стратегическое управление: 17 − модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4. − М.: «ИНФРА−М», 1999. − 344 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие. − М.: ЗАО «Бизнес − школа» «Интел − Синтез», 1997. − 304 с.

Смолій Людмила Василівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки
Уманський національний університет садівництва

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

На тлі сучасного загострення багатьох соціальних, екологічних та економічних проблем ідея соціального підприємництва привертає увагу науковців та бізнесменів, ставши новою парадигмою підприємницького мислення. Соціальне підприємництво поєднує ділову винахідливість з власними матеріальними ресурсами, виступаючи механізмом виявлення та ефективного вирішення соціальних проблем.

Соціальне підприємництво як заснована на самоокупній основі господарська діяльність з виробництва соціально значущого продукту або послуги із застосуванням інноваційних рішень, які перетворюють на користь суспільства саму послугу та/або механізми її економічної реалізації, своєю кінцевою метою має не отримання прибутку, а виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми [1, с. 23].

Соціальне підприємництво має такі компоненти:

- соціальна проблема, яка впродовж тривалого часу існує в суспільстві

через обмежений доступ певної цільової групи до фінансових та політичних ресурсів для її вирішення;

- розробка та впровадження механізму інноваційного вирішення проблеми, яка порушує стабільний, але несправедливий баланс;
- створення нового, стійкого балансу, що вивільняє ресурси для згаданої цільової групи і передбачає краще майбутнє не тільки для цих людей, а й для суспільства загалом.

Враховуючи переваги, які здатні забезпечити соціальні підприємства, діяльність з розвитку соціального підприємництва в Україні останнім часом активізувалася. Зокрема, створено Всеукраїнський ресурсний центр розвитку соціального підприємництва «Соціальні ініціативи», який не тільки забезпечує підтримку проектів соціального підприємництва, а й сприяє обміну досвідом, координації зусиль зацікавлених інститутів, публікує перелік діючих соціальних підприємств, інформацію про їх соціальну активність та досягнуті результати. Проект реалізовується в межах програми «Розвиток соціального підприємництва в Україні», що є спільною ініціативою Британської Ради в Україні, Фонду «Східна Європа», Pricewaterhouse Coopers в Україні, Ерсте Банку та Міжнародного фонду «Відродження».

За даними проекту «Соціальне підприємництво в Україні», станом на травень 2017 року в Україні функціонувало 148 суб'єктів соціального підприємництва [2]. Їх місія реалізується через: працевлаштування представників соціально вразливих груп населення; підтримку закладів та організацій для вразливих груп населення; підтримку соціальних, культурних заходів, проектів, програм; розповсюдження інформації про потреби нужденних; організацію і проведення просвітницьких, інформаційних, навчальних заходів; реалізацію соціальних проектів і консультування, коучинг, експертну підтримку з соціального аудиту; проведення маркетингових досліджень для цільових аудиторій (представників ОСГ, молоді і безробітних, місцевих громад); допомога військовослужбовцям, що отримали поранення на фронті та ін.

Поширеними організаційно-правовими формами соціальних підприємств в Україні є такі: громадські організації в поєднанні з ФОП – 28 %, громадська організація – 26 %, фізична особа-підприємець – 15 %, ТОВ і підприємство-об'єднання громадян по 13 % кожен, по 2,5 % припадає на благодійні фонди та приватних підприємців [2]. Найсуттєвішим фактором вибору тієї чи іншої організаційно-правової форми є податкове законодавство. Найпоширенішим видом діяльності українських соціальних підприємств є надання послуг – майже 67% підприємств (освіта, спортивні клуби, туризм); поєднання виробництва і надання послуг – 26 % (легка промисловість і психологічна допомога. виробництво сувенірної продукції української тематики та професійно-технічна освіта, діяльність шкіл підготовки водіїв транспортних засобів, надання соціальної допомоги без забезпечення проживання для осіб похилого віку та інвалідів). Виробничою діяльністю займаються лише 7 %

підприємств (сфера харчування, поліграфія, сільське господарство) [2].

На сьогоднішній день в Україні державні органи не здійснюють активну політику у напрямку підтримки і розвитку такого виду підприємств. Одним із кроків у напрямку легалізації та підтримки соціального підприємництва можна вважати два законопроекти: «Про соціальні підприємства» та «Про внесення зміни до ст. 154 Податкового кодексу України щодо підтримки соціальних підприємств», які були внесені у 2012 році на розгляд Комітету ВР з податкової політики. Перший вводив поняття «соціальне підприємство» та визначав критерії, за якими підприємство могло бути визнане «соціальним». Другим законопроектом пропонувалося звільняти соціальні підприємства від оподаткування прибутку, отриманого від продажу (постачання) товарів і виконання соціальних робіт і послуг. Автор законопроекту також пропонував створити Міжвідомчу комісію з питань підтримки соціальних підприємств, яка б визначала статус «соціальності» того чи іншого підприємства та його відповідність умовам на отримання податкових пільг. Однак комітет ВР з податкової політики відхилив перший законопроект ще на стадії його розгляду в комітеті, після чого другий законопроект був знятий з розгляду [3]. З іншого боку, місцеві органи влади зголошуються допомагати соціальним підприємствам, наприклад, здавати в оренду за мінімальними цінами чи взагалі на безоплатній основі приміщення, що знаходяться на місцевому балансі і не використовуються.

Активізація розвитку соціальних підприємств в Україні вимагає розробки відповідної державної стратегії, зокрема, формування спеціальної законодавчої бази для їх функціонування, відповідної програми розвитку з визначеними пріоритетами їх державної фінансової підтримки, створення інструментів залучення бізнесу та громадських організацій та створення сприятливих умов у сфері оподаткування соціальних підприємств.

Список використаної літератури

1. Ігнатович Н. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва / Ігнатович Н., Гура В. // Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. – 2014. – 12(165). – С. 22–25.

2. Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 рр. [Електронний ресурс]. – Київ. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. – Режим доступу : https://drive.google.com/file/d/0B5k4OK2hVgtAOWhGV1RjcW8zZlk/view

3. Смаглій К. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво? [Електронний ресурс] / К. Смаглій. – 2013. – Режим доступу:http://biggggidea.com/practices/1163/

Червен Іван Іванович, д.е.н,
професор, професор
кафедри управління виробництвом
та інноваційною діяльністю
підприємств *МНАУ*
Омельянович Вячеслав Віталійович,
магістрант

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Інноваційна діяльність підприємницьких структур – це комплексна багатоаспектна система забезпечення їх конкурентоспроможності, сталого соціально-економічного розвитку. Це динамічний процес, спрямований на пошук можливостей інтенсифікації виробництва та задоволення суспільних потреб у конкурентоспроможних товарах і послугах на основі використання науково-технічного та інтелектуального потенціалів [1, с. 541].

На сьогодні, в агропромисловому виробництві продовжуються негативні тенденції, а саме: знижується працезабезпеченість через міграцію сільського населення у міста, погіршується матеріально-технічний потенціал як за кількісним показником, так і за ступенем зношування основних виробничих фондів, скорочується поголів'я тварин й як наслідок скорочується продукція сільськогосподарських підприємств [2].

Традиційні технології виробництва вичерпали можливості як екстенсивного, так і інтенсивного розвитку. З рівнем інноваційної активності, наявністю на світовому ринку наукомісткої продукції в значній мірі пов'язана національна безпека країни. У порівнянні з високорозвиненими аграрними країнами вітчизняні сільгосптоваровиробники недостатньо використовують технологічні, технічні, генетичні та інші досягнення науки і передового досвіду.

Загальна інноваційна сприйнятливість вітчизняних аграрних підприємств у середньому не перевищує 50% від можливої, найвищий рівень сприйнятливості до інновацій мають техніко-технологічна система та природні ресурси, тому впроваджуються один або два види інновацій (біологічні, техніко-технологічні). Найнижчий рівень оцінки має організаційно-управлінська сприйнятливість, яка не забезпечує належного інноваційного клімату, культури і не розвиває інтелектуальну складову організації [3, с.366].

Показники продуктивності рослинництва і тваринництва європейського рівня можуть бути досягнуті на базі інноваційної модернізації, інтеграції аграрної науки, фінансових, матеріально-технічних та інших ресурсів.

За даними Всесвітньої сільськогосподарської та продовольчої організації ООН (ФАО), продовольче забезпечення населення світу в XXI столітті буде

здійснюватися на базі інноваційних ресурсів і агротехнологій переважно в п'яти пріоритетних напрямках: істотне підвищення інвестицій в сільськогосподарську науку та інноваційний розвиток сільських господарств; підвищення ефективності використання земельних, енергетичних, водних та інших ресурсів; поліпшення використання зрошуваних земель; подальше розширення селекції і насінництва, племінної справи;застосування інтегрованої системи захисту рослин і тварин [4].

Висновки і припущення експертів ФАО в повній мірі відповідають основним принципам, закладеним в основу державної аграрної політики.

Список використаної літератури

1. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – К.: Знання, 2007. – 1027 с
2. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики і продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:www.minagro.gov.ua
3. Сіренко Н. М. Управління стратегією інноваційного розвитку аграрного се ктора економіки України : моногр. - Миколаїв, 2010. - 416 с
4. Офіційний сайт Food and agriculture organization (ФАО) [Електронний ресурс]. – http://www.fao.org/home/en/

Червен Іван Іванович
д.е.н професор кафедри управління виробництвом та інноваційною діяльністю підприємств
Совєтов Олег Володимирович
магістрант
Миколаївський національний аграрний університет

СТРАТЕГІЯ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Основною причиною гальмування переходу до інноваційного типу розвитку аграрного сектору економіки України є відсутність у вітчизняних підприємств чітко вираженого спрямування розвитку бізнесу.

Найважливішим пріоритетом стратегії розвитку АПК є забезпечення достатньо високих і стабільних темпів зростання виробництва продукції сільського господарства та харчової промисловості. Підприємства мають значний арсенал дійових важелів забезпечення такого економічного зростання.

Одним із головних напрямків економічного зростання є інтенсифікація виробництва, яка представляє собою комплексний, багатофакторний процес застосування ефективних і екологічно безпечних засобів та технологій, заснованих на досягненнях науково-технічного прогресу, інноваційних розробках, використанні більш досконалих форм організації і оплати праці, управління та ефективних ринкових відносин [1].

Інтенсифікація – це багатогранний процес формування інтенсивного типу розвитку шляхом комплексної механізації та автоматизації виробництва, його хімізації й електрифікації, впровадження енерго- водо- і ресурсозберігаючих технологій та біотехнологій, меліорації землі, вдосконалення організації праці та матеріального стимулювання, поглиблення спеціалізації виробництва і досягнення його раціональної концентрації [2, с. 522].

Сутність інтенсифікації являє собою якісні перетворення всіх сторін і факторів виробництва, раціональне, економічне використання ресурсного потенціалу, забезпечуючих збільшення виходу високоякісної продукції на одиницю трудових, матеріальних і інших видів витрат.

Стратегія інноваційно-інтенсивного розвитку підприємств АПК покликана відповісти на поставлені перед підприємствами виклики і загрози у сфері інноваційного розвитку за рахунок вибудовування чіткої системи цілей, пріоритетів та інструментів державної інноваційної політики.

Основними стратегічними напрямами інтенсифікації виробництва в аграрних підприємствах є: залучення інвестиційних ресурсів; розвиток спеціалізації та концентрації виробництва до оптимальних розмірів; нові підходи до розвитку підприємницької діяльності; розвиток виробництва на інноваційній основі шляхом застосування нових сортів і гібридів сільськогосподарських культур та порід тварин; техніко-технологічна переоснащеність виробництва; диверсифікація виробництва й розвиток на цій основі внутрішньогосподарських виробничих відносин і обслуговуючої та збутової кооперації [3].

Список використаної літератури

1. Вітков М.С. Основні фактори інтенсифікації аграрного виробництва в перехідний період до ринку / М.С. Вітков // Економіка АПК. – 2005. – № 2. – С. 17-20.

2. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств. – Підручнк. – 2-е вид., доп. і перероблене. / В.Г. Андрійчук. – К.:КНЕУ, 2002. – 624 с.

3. Галінська Т.С. Наукові основи формування інтенсифікації виробництва аграрних підприємств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dev.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/spec/50.pdf

Гора Альона Валеріївна
к.е.н., ст.викладач кафедри педагогіки
та освітнього менеджменту
ЦДПУ ім. В.Винниченка

МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИНЯНИЙ ДОСВІД ПІДТРИМКИ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Актуальність підтримки та розвитку молодіжного підприємництва стає все більш гострішою та особливо потрібною для молодих людей у нашій країні. Згідно аналізу результатів дослідження "Молодь України-2015", проведеного GfK Ukraine, на замовлення Міністерства молоді та спорту України за підтримки системи ООН в Україні більше третини з числа представників української молоді зауважили, що хотіли б стати підприємцями, відкрити власний бізнес, проте їм заважають різні обставини (38%). 4% респондентів вже є підприємцями (6% серед чоловіків і 3% серед жінок), 11% планують стати підприємцями [4]. Тому, вважаємо доцільним проаналізувати, яким же чином допомогають молодим підприємцям-початківцям за кордоном та у нашій країні.

Найбільшим об'єднанням молодих підприємців Німеччини федерального рівня є Wirtschaftsjunioren Deutschland (WJD), яка об'єднує молодих підприємців і керівників віком до 40 років [7]. У WJD входять понад 10 тисяч активних членів. Перед WJD поставлена задача підтримки високого статусу підприємця в суспільстві, сприяння розвитку соціально відповідальної ринкової економіки, підвищенню конкурентоспроможності німецького підприємництва в світі. Міжнародна діяльність здійснюється в рамках Junior Chamber International (JCI). Іншим молодіжним об'єднанням підприємців є Спілка молодих власників сімейних підприємств - Die Jungen Unternehmer (BJU Verband für junge Familien- und Eigentümerunternehmer). Спілка була створена в 1950 р, налічує сьогодні близько 1500 членів у віці до 40 років, які представляють усі галузі економіки Німеччини. Членами Союзу можуть стати власники підприємств, які мають не менше 10 працівників або більше 1 млн. євро річного обороту. Членом Союзу може також стати починаючий підприємець, який довів, що має шанс досягти необхідного рівня розвитку підприємства протягом п'яти років.

Третім по значущості молодіжним підприємницьким об'єднанням можна назвати об'єднання «Ремісничa молодь» - Junioren des Handwerks e.V. Це найбільша в Німеччині організація, яка сприяє підготовці молодого покоління фахівців ремісничих професій. Вона налічує 8000 членів у віці від 25 до 40 років. Організація складається з 120 регіональних об'єднань. Штаб-квартира федерального об'єднання знаходиться в Берліні. Організація була створена в 1956 р в Нюрнберзі. Основне своє завдання об'єднання бачить в сприянні зростанню професійної кваліфікації молодих майстрів.

В Італії створені Асоціації молодих підприємців (АМП) - недержавні організації, що працюють автономно, але організаційно входять у всеіталійську Конфедерацію промисловців і підприємців (КПП) і керуються її Статутом. АМП проводять форуми молодих підприємців, спрямовані на розвиток підприємницького духу молоді та створення сприятливих умов для підтримки компаній молодих підприємців. Під час форумів проходять «конкурси ідей» і виставки проектів, досвідчені підприємці проводять консультації для майбутніх випускників професійних інститутів.

У Канаді організовано Канадский молодіжний бізнес-фонд, що є некомерційною організацією федерального рівня. Її основні завдання полягають у всебічному сприянні та наданні практичної допомоги молодим канадським підприємцям у створенні і розвитку приватних підприємств і організацій. Головними цілями Фонду є: створення за допомогою підтримки молодіжного підприємництва нових робочих місць по всій країні, впровадження інновацій та нових ідей. Державна підтримка забезпечується на трьох рівнях: федеральному, провінційному та університетському.

Ірландія - ідеальна країна для тих, хто хоче реалізувати свої бізнес-проекти. Різноманітні програми підтримки від держави, низькі податки, проста процедура отримання стартап-візи - все це дозволяє Ірландії щорічно потрапляти в рейтинги найпривабливіших країн для підприємництва. Бізнесу, що почав свій шлях в Ірландії, буде нескладно вийти на міжнародний ринок. Бізнесмени-початківці отримують доступ до широкого спектру програм фінансування і підтримки на всіх рівнях розвитку стартапу. В країні зручна система корпоративного оподаткування: податок на прибуток для більшості сфер підприємницької діяльності - 12,5%. А для бізнесу в промислових галузях, в сфері фінансових послуг і інжинірингу передбачено пільговий податок - 10%. Це одні з найнижчих показників в Європі. Тому Ірландія залишається привабливою країною як для досвідчених, так і для підприємців-початківців.

Що стосується нашої держави, то варто зазначити, що у серпні 2017 році Україна отримала унікальну можливість проведення Чемпіонату Світу з підприємництва серед молоді SAGE World Cup 2017 [5]. Дане право Україна отримала на підставі того, що українські студенти вже неодноразово отримували найвищі рівні визнання на Чемпіонатах Світу, що є беззаперечним підтвердженням наявності активного підприємницького потенціалу в української молоді. Місія SAGE Global допомогти сформувати нове покоління підприємців, лідерів - людей, які вміють створювати інноваційні проекти і бути соціально відповідальними, пропонуючи вирішення глобальних питань.

Також, в Україні створені бізнес-інкубатори, діяльність яких сприяє інноваційній активності та підприємництву в молодіжному середовищі. Youth Entrepreneur Incubator (YEI) – Інкубатор молодіжного підприємництва, створений для об'єднання ініціатив креативних молодих людей та підтримки розвитку їхніх бізнес-проектів [1]. Місією YEI є поширення практик підприємництва, основним мотивом діяльності якого є не максимізація

прибутку, а запровадження позитивних соціальних перетворень в суспільстві. Проект реалізовується у Інститутом міста у партнерстві з Інститутом розвитку міст у Кракові та Startup Depot (Львів) за фінансової підтримки Міністерства закордонних справ Республіки Польща та в межах програми «Польська допомога розвитку 2015».

Polyteco – молодіжний IT бізнес-інкубатор, створений задля підтримки студентської підприємницької ініціативи, в основі якої лежать прогресивні ідеї в галузі IT. Інкубатор функціонує на базі Наукового парку КПІ [3].

Start-up Business Incubator KNU – це молодіжна бізнес-платформа на базі Київського національного університету імені Тараса Шевченка, що спеціалізується на створенні сприятливих умов для реалізації стартап-проектів молодих науковців та студентів КНУ [6].

Отже, можемо зазначити, що підтримка є, однак насамперед вона має акцентуватися на інноваційних високотехнічних проектах, стартапах, так як це є закордоном, та грунтуватися на ефективній взаємодії державних, місцевих органів влади та громадських об'єднань та волонтерських організацій.

Список використаної літератури

1. Інкубатор молодіжного підприємництва [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.city-institute.org/index.php/en/projects/70-youth-entrepreneurship-incubator-yei-2015
2. Канадский молодіжний бізнес-фонд [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.cybf.ca/
3. Молодіжний IT бізнес-інкубатор «Polyteco» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://kpi.ua/ru/polytecosciencecity
4. Молодь України – 2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/UA/Molod_Ukraine_2015_UA.pdf – Київ 2015.
5. Чемпіонату Світу з підприємництва серед молоді SAGE World Cup [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.sageglobal.org/competition/world-cup/
6. Start-up Business Incubator KNU [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://science.univ.kiev.ua/news/official/2191/
7. Wirtschaftsjunioren Deutschland [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.wjd.de/

Борисюк Олена Володимирівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки
Яковець Людмила Сергіївна
Студентка групи ФіК-42
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТРАХОВИКІВ, ЯКІ ЗАЙМАЮТЬСЯ СТРАХУВАННЯМ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

На сьогодні страхування життя є дужеважливим, адже воно дозволяє вирішити чимало проблем. Перш за все, це допомагає у випадку, коли людина тимчасово або назавжди втратила працездатність, коли виникають проблеми щодо здоров'я дітей, чи у випадку настання певнихнещасливих подій у їх житті тощо. Більшість громадян нездатні самостійно відшкодовувати такі несподівані втрати і тому хочуть розраховувати нашвидке покриття втрат.

Вирішенню проблем, які пов'язані із страхуванням життя присвятили свої праці такі науковці, серед якихО.М. Залєтов, М. В. Мних, Н.М. Внукова, В. Комадовська, Н. Пилипенко та інші. Віддаючи належне науковим працям з даної проблематики, слід зазначити, що існує потреба у її наступному дослідженні та вирішенні.

Незалежно від того, що готує майбутнє, за допомогою процесу страхування життя можна подбати про своїх рідних та допомогти їм підтримати належний рівень життя у випадку, якщо щось трапиться. Окрім того, що страхування життя може забезпечити погашення заборгованності за кредитом, програми страхування можуть стати джерелом сплати за вищу освіту або стати гідним пенсійним забезпеченням у майбутньому. Страхування життя допомагає компенсувати неминучі фінансові наслідки, які супроводжують втрату життя. Стратегічно це допомагає тим, хто залишився, покривати витрати на остаточні витрати, непогашені борги та іпотечні кредити, заплановані витрати на освіту та втрачений дохід. [1, с. 284-285].

Існують причини, які гальмують розвиток страхування життя в Україні, а саме [2, с. 10]:

Недоліки законодавчої бази:

- недосконалість податкового законодавства та державного нагляду за страхуванням життя;
- відсутність дієвих гарантій для страхувальників, якщо компанія страхових послуг опинилася на межі банкрутства;

- недосконаліть захисту прав клієнтів страхових компаній;
- монополізація окремих секторів страховогоринку тощо.

Низький рівень довіри доринку страхування життя.

Недорозвиненістьекономіки, яка проявляється в наступному:
- низький рівень платоспроможності населення;
- високий рівень інфляції;
- відсутність привабливих для страховиків інвестиційних інструментів;
- збитковість більшості підприємств;
- підкорення «зайвого» іноземного капіталу в страховий ринок.

Причини, які лежать у площині тіньової економіки:
- шахрайство страхувальників;
- фіктивне перестрахування;
- деталізація доходів отриманих злочинним шляхом.

Проблеми страховогоринку:
- недостатня капіталізація страхових компаній;
- низький рівень національного перестраховогоринку;
- вузька клієнтська базастраховиків;
- зосередженнястраховогоринку в основному на майбутньому страхуванні;
- недорозвиненість довгострокового страхування, недержавного пенсійного забезпечення;
- значна інформаційна закритість страховогоринку тощо.

Становлення ринку страхування життя в нашій країні, а саме подальший його успішний розвиток залежить від розширення страхових послуг в цілому, підвищення їхньої конкурентоспроможності, розширення їх інфраструктури, покращення порядку оподаткування страхової діяльності відповідних компаній, подальшої інтеграції України у міжнародні структури, співвідношення між обов'язковим і добровільним страхуванням, залучення ринку страхування життя до вирішення найважливіших питань соціального страхування [3, с. 87].

Для того, що вирішити проблеми розвитку страхування життя в Україні, а також підвищити фінансову надійність страховиків, усунути будь які проблеми які виникають на шляху розвитку страхування життя, потрібно вжити таких заходів [4]:

- Підвищити фінансову надійність вітчизняних страхових компаній наоснові збільшення їх капіталізації.
- Вдосконалити методику формування резервів зі страхування життя.
- Розвивати сучасну інфраструктуру ринку страхування життя, підвищити ефективність менеджменту та маркетингового аналізу сегментів ринку.
- Запровадити податкові пільги для страхових компаній при інвестуванні коштів страхувальників, що дозволило б страховикам пропонувати більш привабливі програми нагромадження капіталу.
- Запровадити податкові пільги для страховиків, що пропонують програми пенсійногострахування.

- Створити податкові пільги для юридичних осіб, котрі укладають договори страхування життя своїх працівників.
- Розвивати класичні види довгострокового і накопичувального особистого страхування.
- Підвищити якість підготовки і перепідготовки кадрів страхового бізнесу.
- Підвищити довіру населення дострахових компаній і страхування загалом.

Таким чином, вищевикладене свідчить про важливість і необхідність розвитку страхування життя в Україні, а також те, що тільки комплексні заходи з боку держави та самих страхових компаній допоможуть постійно розвивати цей сегмент ринку фінансових послуг, передумовами якого є: поступове зростання доходів населення з тенденцією до подолання низького рівня платоспроможності;підвищення заінтересованості юридичних та фізичних осіб у захисті своїх майнових інтересів;збільшення кількості прибуткових підприємств;розвиток ринків фінансових послуг (у тому числі фондового ринку) та формування національної системи іпотечного кредитування;розвиток системи недержавного пенсійного забезпечення. А для того, щоб вийти навищий рівень страхування життя, важливим єпроведеннядослідженняміжнародногоринкустрахуваннятарозробкишляхівефективноговикористаннясвітовогодосвідувстрахуванніжиттядляподальшогорозвиткуцієїсферивУкраїні.

Список використаної літератури

1) Борисюк О. В. Накопичувальне страхування життя: розвиток у контексті пенсійної реформи в Україні / О. В. Борисюк, Л. В. Шемедюк // Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки. - 2014. - Вип. 26. - С. 284-289.

2) Городюк А.Б. Основні проблеми страхового ринку України / А. Б. Городюк // Вісник БДФА.- 2012 р. - № 2. – С. 10-13.

3) Ярошенко С.Л. Проблеми становлення та розвитку страхового ринку життя в Україні / С. Л. Ярошенко, Л. В. Куделя// Формування ринкових відносин в Україні. – № 4. –2015. – (83). – С. 86-93.

4) Бойко І. А. Проблеми та перспективи розвитку страхового ринку в Україні. // http://nauka.zinet.info/3/boiko_i1.php.

Брежнєва-Єрмоленко Ольга Василівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів та обліку *ДДТУ*
Донських Наталія Олександрівна
студентка напряму «Облік та аудит»

МИТНА ВАРТІСТЬ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ

В умовах глобалізації та реалізації Україною стратегічного євроінтеграційного курсу питання розвитку внутрішнього ринку товарів і послуг і, відповідно, галузевих ринків набули важливого значення. Проблеми галузевих ринків безпосередньо пов'язані з проблемами розвитку реального сектору економіки, монополізації окремих галузей економіки та виходу вітчизняних виробників на зовнішні ринки.

Одним з важливих і найбільш динамічних ринків для вітчизняної економіки є ринок автомобілів. Внутрішньо український ринок автомобілів постійно перебуває під впливом значної сукупності чинників, які визначають траєкторію його функціонування та одночасно формують передумови розвитку у короткостроковій і довгостроковій перспективі. Оскільки ринок автомобілів є відкритою економічною системою національного масштабу, то об'єктивний вплив на нього мають чинники світогосподарського (формуються на рівні світової економічної системи) та внутрішньодержавного характеру (формуються на рівні національної економіки) [1].

Протягом 2017 року українські підприємства випустили 1443 легкових автомобілі, що явно не перекриває відповідний попит в Україні, крім того, ці автомобілі значно поступаються автомобілям іноземного виробництва, а що найголовніше, їх ціна не є значно меншою, ніж вартість вживаного автомобіля іноземного виробництва, технічні та якісні показники якого, не зважаючи на його вживаність, будуть значно вищими ніж у авто вироблених українськими підприємствами.

За даними інформаційно-аналітичної групи «Автоконсалтинг» та Асоціації «ACEA», в Україні у 2,5 рази менша кількість автомобілів на 1000 осіб у порівнянні з європейськими країнами. На території України все частіше зустрічаються автомобілі з іноземною реєстрацією. За кермом якого у 90% випадках знаходиться не іноземець, а громадянин України.

Основною проблемою є неможливість імпортувати в Україну вживаних автомобілів за доступними ставками митних платежів, доведеним фактом є те, що вживані автомобілі в Україні – одні з найдорожчих в світі.

В Україну можна завозити авто з екологічним стандартом не нижче "Євро-5" (стандарт ЄС щодо вмісту шкідливих речовин у вихлопних газах), а з

2018 – можна буде ввозити авто з екологічним стандартом не нижче “Євро-6”. Такі вимоги передбачені Законом України “Про деякі питання ввезення на митну територію України та реєстрації транспортних засобів”.

Середня ставка на більшу частину транспортних засобів, які ввозяться в Україну, складає приблизно 10% від суми митної вартості. Мито на ввезення автобусів, які здатні перевозити понад 10 чоловік, а двигун – понад 5л, складає 20%. За ввезення транспортного засобу, що має електричний двигун, податок складає 8% від митної вартості ТЗ. 6% від митної вартості доведеться сплатити за перевезення нового легкового автомобіля, об’єм двигуна якого складає понад 3л. [2].

Українські експортери матимуть ширший доступ до ринків ЄС (завдяки зниженню ввізного мита). З українського боку ввізні мита знижуватимуть поступово. Україні надали змогу адаптувати українських товаровиробників.

Митні ставки знижуватимуть асиметрично, що найвигідніше для України. Автомобільний сектор (автомобілі), на який припадає 4% експорту ЄС до України, матиме доволі тривалий десятирічний перехідний період; після цього застосовуватимуть додаткові запобіжні заходи ще протягом 5-ти років.

Відповідно до Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, Україна зобов’язана поступово (протягом 10 років) знизити ставки ввізного мита з 10% до 0% на легкові автомобілі походженням з ЄС.

Згідно нових законопроектів, які знаходяться у Верховній Раді процес розмитнення транспортних засобів набуде нових змін. Суть яких полягає у встановленні нульового ввізного мита. Це забезпечить низку переваг для усіх підприємств в Україні. Перш за все, це створить чіткі та прозорі правила та процедури ведення бізнесу в багатьох сферах, в яких зараз склалася непроста ситуація. Це означатиме, що українські підприємства отримають ділове середовище, в якому матимуть можливість ефективно планувати та розвивати власний бізнес. Оскільки нові закони і правила мають бути прозорими і зрозумілими та запроваджуватися відповідно до європейських стандартів, існуватиме менше можливостей для зловживань, які збільшують витрати для законного бізнесу.

Незважаючи на відкриття величезних можливостей для великих товаровиробників, гармонізація законодавства України із законодавством ЄС означатиме, що всі підприємства (великі, середні та малі) повинні будуть прийняти ці правила та дотримуватися них. Це означає, що малі та середні товаровиробники будуть готові постачати товари з європейського ринку за першої потреби.

Список використаної літератури

1. Коломієць І. Ф. Екзогенні чинники розвитку ринку автомобілів в Україні [Електронний ресурс] / І. Ф. Коломієць, Р. Р. Рифяк // Регіональна економіка. – 2016. – Вип. 1. – С. 150-157 – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2016_1_19.

2. Ситник Н.С. Ввізне мито на транспортні засоби в Україні [Електронний ресурс] / Н.С. Ситник, В. Я. Дубовик, Ю.О. Голинський // Митна політика – 2017. – Вип. 2. – С. 143-145 – Режим доступу: http://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/02/Zbirnyk_Mytn.4.04.2017.pdf

Вишневська Анастасія Олегівна,
аспірант кафедри економічної
кібернетики та маркетингу,
ЧДТУ

СТАРТАП ЯК ВАГОМИЙ ЕЛЕМЕНТ БІЗНЕС-ІНКУБАТОРІВ В РЕГІОНІ

При формуванні нової моделі національної інноваційної системи особливе місце відводиться створенню інноваційної інфраструктури, в якій найбільш вагомими складовими є бізнес-інкубатори. Бізнес-інкубатор дає можливість вирішувати багато соціальних й економічних проблем. [4, с.1-2].

Національна Асоціація Бізнес Інкубації США визначає бізнес-інкубатор як динамічний процес розвитку підприємств. Більшість інкубаторів також пропонують підприємницьким фірмам спільні офісні послуги, доступ до устаткування, гнучкі умови оренди і розширюваний простір - усі під одним дахом. Головна мета програми інкубації - готувати і випускати успішні підприємства, що є фінансово життєздатними й автономними, коли вони залишають інкубатори, звичайно через два чи три роки. Отже, бізнес-інкубатор представляє собою найбільш ефективну форму організаційної підтримки малих підприємств на початковій стадії їх розвитку.[7].

Слід відзначити, що сьогодні кількість бізнес-інкубаторів у світі стрімко зростає: на початку 90-х років їх налічувалося 200, а тепер понад 3000. [2].

В 2014 році в Україні, за даними Держпідприємництва, зареєстровано понад 79 бізнес-інкубаторів. За даними ж нещодавно проведеного Українською асоціацією бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів (УАБІІЦ) моніторингу діяльності бізнес-інкубаторів, їхня чисельність виявилася значно меншою і складає лише близько 10-ти бізнес-інкубаторів, які реально працюють. Серед них, насамперед, можна назвати: «Харківські технології», «Львівський політех», «Славутицький муніципальний бізнес-інкубатор», «Білоцерківський бізнес-інкубатор», бізнес-інкубатор Херсонської торгово-промислової палати, Київський «ІнКУБатор» (за сприяння ПАТ «ПриватБанку»), Київський Polyteco при НТУУ «КПІ» та ін. [1].

Українська Асоціація бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів розпочала проект «Формування інформаційно-комунікаційного середовища

ефективного розвитку бізнес-інкубування в Україні (UBICA – ICT)» та «Створення інформаційно-комунікаційної підприємницької мережі для розвитку бізнес-інкубування в Харківському регіоні (Харків-ICT)». Реалізація цих проектів відбувається в рамках програми InfoDev Світового банку реконструкції і розвитку (СБРР). Проекти ставлять за мету сприяти розвитку бізнес-інновацій в секторі малих і середніх підприємств, покращити можливості діяльності бізнес-інкубаторів шляхом ефективного використання інформаційно-комунікаційних технологій у процесі становлення підприємництва. [6, с. 64].

Також у перспективі будь-який бізнес-інкубатор бажає створити стартап-ком'юніті (стартапи) – певну гавань, яка притягує підприємницькі таланти, працівників IT, дизайнерів тощо. Особливо часто термін «стартап» застосовується відносно інтернет-компаній та інших фірм, що працюють в сфері IT, проте, це поняття розповсюджується і на інші сфери діяльності.

Інновації, на основі яких будують свій бізнес стартапи, можуть бути як глобальними (тобто бути інноваціями у всьому світі), так і локальними (тобто, бути інновацією в окремо узятій країні, але при цьому в інших країнах ця технологія вже не є інноваційною). Шалена швидкість розвитку IT-технологій по всьому світу задала доволі стрімкий темп розвиту цієї галузі і на теренах України. Згідно даних біржі інвестиційних проектів України на сьогодні налічується близько 3000 стартап-проектів, які регулярно залучають інвестиції від локальних і світових інвесторів.

Серед найкращих українських стартапів, які визнані світовою спільною можна виділити такі: Petcube (один з найвідоміших українських стартапів за останні роки, визнаний кращим стартапом Європи 2014 року), La Metric (Львівський стартап, який встановив рекорд по зборах в Україні донорських коштів), Grammarly (за даними 2013 року американське бізнес-видання Inc включило в рейтинг топ-500 найбільш швидкозростаючих компаній), Ajax Systems (Київська компанія, заснована в 2011 році, перший транш якої склав 1млн.дол.), TransferWise (стартап, який виник завдяки черкаським програмістам, IT-експерти американської компанії TechCrunch оцінили компанію, яка має один із офісів у Черкасах, у 1,1 мільярда доларів) та інші.

Проте, варто зазначити, що недоліком існуючої організаційно-господарської інфраструктури інноваційної підприємницької діяльності в Україні є нерівномірність розподілу її існуючих об'єктів за регіонами України. Так, у Києві та Київській області діють 12 бізнес-інкубаторів, в Одеській області – 9; 18 з 27 регіонів країни мають по 1-2 бізнес-інкубатора. З 255 існуючих інноваційних фондів 175 працюють у Києві. [3, с.50–54].

Серед інституційних засобів поліпшення бізнес-клімату в Черкасах та Черкаській області, слід назвати створення бізнес-інкубаторів та стартап-шкіл, які можуть допомогти новим підприємствам стати повноцінними гравцями ринку.

В м. Черкаси в листопаді 2016 року відбулась 65-та битва стартапів, переможцем якої став проект Kidslox – Черкаський успішний проект, що посідає друге місце в сегменті батьківського контролю в Америці [9]. Хоча, слід відмітити, що розвиток бізнес-інкубаторів та стартап-проектів на Черкащині ще відносно «молодий», в порівнянні з лідерами ринку: Києвом, Харковом, Дніпром та іншими містами. Так, в 2011 році за сприяння Черкаської обласної державної адміністрації відбулось підписання меморандуму про утворення «Інформаційної платформи «Черкаський бізнес-інкубатор», одним з партнерів якого став Черкаський державний технологічний університет (далі – ЧДТУ).

Також в Черкасах відкрито старап-школа Cherkasy IT Cluster, що розпочала свою роботу в квітні 2015 року і об'єднує 13 IT-компаній. Співзасновники кластеру роблять ставку на освітні проекти, популяризуючи галузь серед школярів та молоді. [8].

Позитивним фактором при створенні бізнес-інкубаторів в області є те, що відповідно до Звіту із проведення моніторингу виконання Плану реалізації Стратегії розвитку Черкаської області на період 2015 – 2017 роки, станом на I квартал 2017 року відбулося створення центру підтримки інновацій і підприємництва iHUB в м. Черкаси, в рамках якого кількість новостворених IT-підприємств становить 7, а кількість новостворених стартап-компаній - 12. [5].

На цей момент свого становлення бізнес-інкубатори та стартапи Черкаської області розвиваються у позитивній динаміці. При цьому варто обґрунтовувати, розробляти та втілювати у життя подальші кроки його роботи на перспективу. Поряд з позитивними факторами є ряд недоліків в інноваційній сфері створення бізнес-інкубаторів та стартап-проектів, а саме:

1. Фінансування бізнес-інкубаторів здійснюється здебільшого за рахунок міжнародних донорських організацій, приміщення їм надають служби працевлаштування населення при держадміністраціях міст і районів. Джерелами їхнього фінансування найчастіше є кошти міжнародних фондів та грантових програм і лише невеликою мірою — кошти місцевих адміністрацій та спонсорів.

2. Недостатня популярізація понять та термінів, пов'язаних зі стартапами та бізнес-проектами. Молоді необхідно володіти інформацією щодо таких проектів, щоб в майбутньому оперувати даними, забезпечити доступ дослідників до вітчизняних та міжнародних інформаційних ресурсів.

3. Нечисельна залученість осіб з обмеженими фізичними можливостями до бізнес-середовища.

4. У законодавчому полі відсутнє чітке визначення поняття «стартап», існує необхідність в розробці типового стандарту роботи базових елементів інфраструктури, підвищенні ролі та відповідальності місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування.

Отже, впровадження нових технологій, проектів по принципу стартапів активізує прискорення переходу економіки України до моделі інноваційного розвитку, що потребує постійної уваги підчас дослідження цієї проблеми.

Список використаної літератури

1. Аналітичний звіт про стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні, 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dkrp.gov.ua/info/3226.htm.

2. Васільєва Л.М., Бізнес-інкубатор як форма й елемент інноваційної інфраструктури, [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/26_OINXXI_2009/Economics/52632.doc.ht

3. Васильєва Л.М. Бізнес-інкубатори як частина інфраструктури підтримки малого підприємництва // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – №1. – С. 50–54.

4. Васільєва Л.М., Бондарчук Н.В. Місце бізнес-інкубаторів в інноваційній інфраструктурі // Економіка. Управління. Інновації. – 2016. - № 2 (17). – С. 1–2.

5. Звіт за І квартал 2017 року із проведення моніторингу виконання Плану реалізації Стратегії розвитку Черкаської області на період 2015 – 2017 роки. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ck-da.gov.ua/docs/2017/12062017.pdf.

6. Матвійчик-Соскіна Н. Практика діяльності бізнес-інкубаторів на базі інформаційних технологій: досвід європейських країн. // Шляхи впровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку в українських містах /Вид-во «Інститут трансформації суспільства», 2008. – С. - 64.

7. Толмачова О., Мазур Ю. Бізнес-інкубатор як форма підтримки малого та середнього бізнесу. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/7_NMIW_2009/Economics/41648.doc.htm.

8. Черкаський ІТ Кластер. Офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.itcluster.ck.ua/#gkBottom2.

9. StartUp.net. Офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://btl.startup.network/e878.

Волот Олена Ігорівна,
к.е.н., доцент кафедри
бухгалтерського обліку, оподаткування
та аудиту
Чернігівський національний
технологічний університет
Плющ Оксана Володимирівна,
студентка

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних ринкових умовах господарювання все більше значення набуває впровадження новітніх інформаційних технологій в процеси інноваційної діяльності в управлінні аграрними підприємствами. Саме під їх впливом під впливом відбуваються докорінні зміни в технології управління підприємствами, оптимізуються управлінські рішення та їх вплив на економічні результати, особливо в глибоко інтегрованих системах, до яких відносяться агропромислові підприємства [1].

Досягнення конкурентоспроможності в системі глобального світового господарства потребує посилення інноваційного спрямування виробників агропромислового комплексу (АПК) [2]. І це є дуже важливим, адже саме аграрними підприємствами нині створюється майже третина валового внутрішнього продукту.

Інноваційна діяльність – це діяльність що спрямована на використання наукових досліджень, розробок, яка сприяє випуску на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [3] Згідно з Законом України «Про інноваційну діяльність» інноваційна діяльність здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво і соціальну сферу [4].

Сучасні інформаційні технології надають широкий набір рішень щодо організації інформаційного обслуговування підприємств і організацій, але в сфері агропромислового комплексу їх застосування не дуже поширено, так як ця проблема зв'язана з такими чинниками, як відсутність попиту на ці послуги, недостатня підготовка, мотивація керівництва та спеціалістів підприємств, не розвинена структура Data-центрів [5]. Рішення цієї проблеми зв'язане з застосуванням новітніх інформаційних технологій в управлінні підприємствами аграрної сфери.

Наведемо приклади деяких досягнень інноваційного розвитку агропромислових підприємств – інформаційні системи і технології, які використовуються агровиробниками (табл. 1).

Таблиця 1

Інформаційні системи і технології, які використовуються в АПК

№ з/п	Інформаційні системи і технології	Характеристика

1	2	3
1	Система прогнозування врожайності MARS (Італія)	Система представлена трьома рівнями: 1. Керування метеорологічною базою даних (рівень 1 - моніторинг погоди). 2. Керування агрометеорологічною моделлю й базою даних (рівень 2 - моделювання посівів). 3. Статистичний аналіз отриманих даних і прогнозування врожайності сільгоспкультур на загальноєвропейському рівні (рівень 3 - прогнозування врожайності); використовуються дані космічних знімків низького дозволу.
2	АГРАР-ОФІС (Німеччина)	Модуль "Польовий журнал" дозволяє вести облік і аналіз усіх витрат, включає в себе повну документацію по рослинництву, що дозволяє проводити аналіз галузі і на його основі приймати рішення. Модуль "ГІС-Електронні карти полів" дозволяє графічно обробляти дані підприємства, дає можливість проаналізувати всі його площі, поділити або об'єднати ділянки, підготувати і розрахувати електронні карти полів господарства. Модуль "Точне землеробство і агрохімічне обстеження ґрунтів" дає можливість розраховувати норми і складати карти для локального внесення добрив і засобів захисту рослин, обробляти карти врожайності, аерофотознімки і супутникові фотографії, складати карти вмісту поживних речовин, врожайності та інші, проводити розрахунок норм внесення добрива для поточного року та наступних років, передавати дані на бортові комп'ютери різних виробників
3	КОРАЛЛ (Росія)	Програми автоматизують ряд типових завдань в різних областях тваринництва та рослинництва: - розрахунок і аналіз раціонів, оптимізація складу комбікормів і премісів; - управління утримання тварин на фермі ВРХ, молочно-товарній фермі; - планування, ведення та аналіз кормової бази сільськогосподарського підприємства; - діагностика хвороб ВРХ, свиней, птиці, рекомендації по боротьбі з хворобами; - діагностика шкідників і хвороб сільськогосподарських культур, рекомендації по боротьбі з хворобами і шкідниками.
4	Технологія SaaS (США)	Ідеологія SaaS передбачає, що сервіс-провайдер бере на себе всі питання, пов'язані з програмним та апаратним забезпеченням роботи сервісу. Клієнт при цьому не несе витрат на придбання та супроводження програмних продуктів та серверного обладнання, а сплачує абонентську плату за використання сервісу. Відмітною властивістю сервісу є можливість працювати безлічі клієнтів на основі однієї з базових конфігурацій, що надаються розробниками. У той же час, сервіс, маючи у своєму складі вбудоване середовище розробки, підтримує можливість доробок функціональності під конкретного клієнта.
5	Система інтелектуального моніторингу (Data Mining)	Представляє собою інтегрований набір програмних конструкторів і інструментів які мають виконувати наступні функції: 1) управління нормативно-довідковою інформацією; 2) конструювання багатовимірних сховищ даних ; 3) інтеграція додатків і даних ; 4) розробка і налагодження додатків ; 5) візуалізація даних; 6) відкритий інтерфейс для інтеграції програмного забезпечення; 7) організація WEB-доступу; 8) моделювання і прогнозування; 9) експрес-аналіз даних ; 10) адміністрування і безпека ;

продовження табл. 1

1	2	3
6	Система підтримки прийняття рішень "Агротех" (Україна)	В основу покладена методологія розподіленого прийняття рішень, що дозволяє ідентифікувати модель, визначити взаємодію між даною моделлю та іншими на основі відносин пріоритетів взаємодії, визначити всі види впливу даної моделі на інші моделі, визначити можливі випадки активізації даної моделі як для локальних ситуацій прийняття рішень, так і для розподіленого прийняття рішень, визначити можливі схеми реалізації даної моделі в даній предметній області. Реалізована можливість здійснювати пошук допустимих рішень, пошук оптимального та компромісного рішення

Отже, інформаційні системи і технології як і в аграрній галузі економіки, так і в інших, знаходяться у постійному розвитку: оновлюються, удосконалюються, створюються новинки. Досягнення, які ми маємо на даний час, є дуже важливими і ефективними для діючих підприємств, адже впровадження інноваційних здобутків – одне з найважливіших завдань кожного підприємства для підвищення рентабельності їхньої роботи. Для ефективного функціонування агропромислового виробництва України необхідним є впровадження нових методів управління та сучасних інформаційних технологій.

Список використаної літератури

1. Волот О.І. Інформаційне забезпечення та його вплив на ефективність управління підприємствами харчової промисловості регіону: Автореферат дисертації на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00. 04 “Економіка та управління підприємствами” (за видами економічної діяльності/ОІ Волот.–Чернігів, 2012.–20 с

2. Полегенька М.А. //Особливості інноваційної діяльності в агропромислових підприємствах України. // Агросвіт. — 2017. — № 6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.agrosvit.info/pdf/6_2017/10.pdf

3. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. ст.266.]

4. Смоляров, Ю. Г. Розвиток інноваційної діяльності в АПК регіону / Ю. Г. Смоляров // Вісник Сумського НАУ. Серія: Економіка і менеджмент. – Суми, 2014. Вип. 5 (60). – С. 144–148.

5. Смоляров, Ю.Г. Інноваційно-інформаційні технологій в управлінні підприємств АПК /Ю. Г. Смоляров // Вісник Сумського НАУ. Серія: Економіка і менеджмент. – Суми, 2013. Вип. 6/2 (49). – С. 181–185

Волчкова Галина Костянтинівна
к.е.н., старший викладач кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики
Центральноукраїнський національний технічний університет
Глушко Ольга Юріївна
студентка

БЕЗРОБІТНА МОЛОДЬ ЯК РУШІЙНА СИЛА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Безробіття серед молоді – поширена соціально-економічна проблема багатьох країн. Наслідки цього явища набувають загрозливих масштабів для майбутнього існування і розвитку національних економік. Перш за все, це впливає на мотивацію поведінки молодих людей, вибір та опанування професії, бажання вчитися, перенавчатися та підвищувати власну кваліфікацію.

Безробітна молодь – це випускники вищих навчальних закладів, коледжів, технікумів, професійно-технічних училищ і ліцеїв, які виходять на ринок праці. Статистично до них відносять осіб віком 15-24 років, які не мають роботи, але готові приступити до неї і вживають активних заходів щодо пошуку роботи протягом останніх чотирьох тижнів.

Рівень безробіття в країнах Європейського Союзу на початку 2016 року становив 8,8 %, порівняно з 9,7 % у 2015 році. Це найнижчий показник безробіття з квітня 2009 року [1].

Серед країн ЄС найнижчі показники безробіття в березні 2016 року зафіксовані в Чехії (4,1%) і Німеччині(4,2%). Найвищий рівень спостерігався у Греції (24,4% у січні 2016 року) та Іспанії (20,4%).

Порівняно з 2015 роком, рівень безробіття в березні 2016 року впав у 25 державах-членах ЄС і виріс в Австрії (з 5,6% до 5,8%), Латвії (з 9,8% до 9,9%) і Фінляндії (з 9,2% до 9,3%). Найбільше зниження було зареєстровано на Кіпрі (з 16,2% до 12,1%), Болгарії (з 10,0% до 7,3%) та Іспанії (23,0% з 20,4%) [2].

Рівень безробіття серед молодих людей віком від 15 до 24 років в Україні, на жаль, високий. Він сягає приблизно 25 %. У першому кварталі 2016 року чисельність безробітних становила майже 1 млн 800 тис., що на 100 тис. більше проти 2015 року [3].

Серед основних причин молодіжного безробіття виділяють: структурні зміни в економіці країни чи певного регіону, зменшення чи обмеження попиту на товари або послуги, розвиток технологій, пошук працівниками нових робочих місць із кращою заробітною платою, або змістовнішою роботою, демографічні зміни в складі та чисельності робочої сили, недостатня її

мобільність тощо. Слід додати і специфічні причини, характерні для молодіжного ринку праці. Це –невідповідність рівня кваліфікації випускників вимогам роботодавців, низька мотивація молоді до праці, завищені вимоги до оплати праці, ухилення роботодавців від офіційного оформлення молодих працівників на роботу, відсутність державної фінансової підтримки молодих людей при влаштуванні на роботу. До переваг молодих працівників слід віднести високу мобільність, енергійність, впевненість у власних силах, високу здатність до навчання (риси, важливі для підприємницької діяльності).

Вирішення проблеми молодіжного безробіття є неминучим і залежить насамперед від основних причин безробіття, кількості незайнятого населення, та рівня економічного розвитку країни. Так, Міжнародна організація праці визначає такі напрями сприяння зайнятості молоді з боку урядів, роботодавців і профспілок:

- розширення можливостей для працевлаштування молоді за допомогою ходів щодо зміцнення зв'язків між системою освіти та ринком праці, включаючи профорієнтацію, вдосконалення інформації про кар'єрні можливості та широкий доступ до неї, підтримку під час пошуку роботи та забезпечення гарантій зайнятості молоді;
- заохочення молоді до підприємництва;
- сприяння захисту трудових прав молодих людей з гарантуванням їм рівних прав у сфері праці, закріпленням їх у колективних договорах і забезпеченням належного соціального захисту.

Особливу увагу при вирішенні проблеми молодіжного безробіття слід приділяти, на нашу думку, розвитку підприємницьких здібностей. В *Україні тільки 1 % молоді займаються підприємництвом, а 38 тільки прагнуть, проте їм заважають різні обставини (недостатній рівень знань, складні економічні та політичні умови, недосконала податкова система для молодіжного підприємництва, відсутність стартового капіталу тощо) [4].*

Законодавчо в Україні створено умови для підтримки і розвитку підприємницьких ініціатив серед молодих людей. Зокрема, «держава сприяє створенню молодіжних бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів для реалізації програми підготовки молоді до підприємницької діяльності, надання інформаційних та консультативних послуг» [5]. Такі послуги переважно надаються державними центрами зайнятості, фондами Європейської комісії. З метою активізації молоді до підприємства доцільним вважаємо необхідність розширення доступу до навчання, розвиток партнерських відносин між роботодавцями і місцевими органами влади для реалізації інноваційних ідей, розробку системи заходів підтримки підприємництва молоді, включаючи довгострокове пільгове кредитування, забезпечення виробничими приміщеннями, страхування комерційного ризику тощо.

Список використаної літератури

1. У країнах ЄС рівень безробіття найнижчий за останні сім років [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.eurointegration.com.ua/news/2016/05/2/7048697/.

2. Eurostat. Unemployment statistics [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Unemployment_statistics#Youth_unemployment_trends.

3. Рівень безробіття серед молоді становить 25 % [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://forbes.net.ua/ua/news/1419935-riven-bezrobittya-sered-molodi-stanovit-25.

4. Уперше в Україні стартував міжнародний конкурс Diamond Challenge – на розвиток молодіжного підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.prostir.ua/?focus=pro-unikalnyj-konkurs-pidpryjemnytskyh-idej-dlya-shkolyariv-vid-joho-orhanizatorok.

5. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні / Верховна Рада України; Закон від 05.02.1993 р. № 2998-XII (зі змінами і доповненнями). – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2998-12.

Гуренко Анна Василівна
к.е.н, доцент кафедри менеджменту
та підприємництва на морському
транспорті
Азовського морського інституту НУ «ОМА»
Протасова Ольга Вікторівна
студентка спеціальності «Менеджмент
організацій»

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Розвиток сучасної національної економіки забезпечує державна та регіональна політика, що націлена на підтримку перспективних галузей, інноваційного та інвестиційного середовища, малого та середнього бізнесу. Особливого значення відіграють питання розвитку ринкової інфраструктури та її складових елементів. Прийнятий Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні» передбачає правила та порядок формування гармонізованих програм взаємодії [1]. Разом із позитивними аспектами у практиці господарювання простежується низка перешкод та протиріч: недосконаліть методів та інструментів управління, ігнорування потенційних галузевих можливостей; слабка розвиненість

інноваційно - орієнтованих підприємств малого та середнього бізнесу, складний доступ до фінансування бізнес-проектів, низька конкурентоспроможність підприємницького сектору.

Досвід країн з розвинутою ринковою економікою свідчить, що саме малий і середній бізнес дозволяє швидко та ефективно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури, освоювати нові види продукції, впроваджувати нововведення, вирішувати питання зайнятості тощо. Виникаючі протиріччя в системі державного та регіонального управління призводять до необхідності дослідження проблем і перспектив розвитку малого та середнього бізнесу в Україні.

Тенденції розвитку малого та середнього бізнесу в Україні у період 2012-2016рр. свідчать про зниження кількості малих та середніх підприємств. Порівнюючи 2012р. із 2014р. слід визначити, що темпи реєстрації нових фізичних та юридичних осіб знизилися майже в чотири рази. У 2017р. в Україні на сектор малих та середніх підприємств припадало 79,1% усіх зайнятих працівників. При цьому сумарна кількість середніх підприємств на початок 2017р. склала 14869 одиниць, малих підприємств 291118 одиниць [2].

Оцінка ведучих європейських фахівців, свідчить про нестачу інвестицій, франшиз та програм підтримки підприємницького сектору. Підтвердженням цього стала заява Генерального консулу Німеччини на Міжнародній інвестиційній конференції «Invest in Ukraine – invest in future» [3]. Разом із цим особлива увага приділялась існуючим проблемам, що потребують: удосконалення системи державного та регіонального управління; стабілізації фінансово - кредитного забезпечення малого та середнього бізнесу; активізації інноваційного розвитку; підвищення рівень корпоративної етики [4 с.43-45].

Існуючи протиріччя та ризики обумовлюють необхідність перегляду існуючих підходів та залучення нових форм взаємодії у бізнес середовище. Одним із доцільних заходів є залучення іноземних франшиз, що дозволяють активізувати інвестиційну діяльність у відповідних сферах. Залучення іноземних франчайзерів дозволить вітчизняним підприємствам розвивати досвід у формуванні нових форм відносин. Перевагами франчайзингових взаємовідносин є поширення на вітчизняному ринку нових товарів і послуг; відкриття можливостей швидкого розповсюдження товарів, зміцнення ділової репутації на ринку; постійна підтримка бізнесу (франчайзинг підтримує фрайнчазі); відкриття нових можливостей для споживача.

Реалізація франчайзингової діяльності передбачає поступове удосконалення існуючої законодавчої бази, впровадження системи організаційно-освітніх заходів (у т.ч. підготовка кваліфікованих фахівців), впровадження системи інформаційно-консультаційного обслуговування, перегляд фінансово-кредитного забезпечення малого та середнього бізнесу. Отримання позитивних соціальних, економічних та інноваційних ефектів стає можливим за умов всебічного та комплексного удосконалення системи управління.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні» - [Электронний ресурс]- режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T124618.html
2. Осауленка О.Г. Статистичний щорічник - [Электронний ресурс]- режим доступу: http://ukrstat.org/druk/publicat/kat_r/publ1_r.htm.-2012
3. УНІАН новини - [Электронний ресурс]- режим доступу: https://www.unian.ua/detail/main_news
4. Онищук Я. В. Фінансове забезпечення діяльності малого та середнього бізнесу / Я. В. Онищук // Фінанси України: Науково-теоретичний та інформаційно-практичний журнал, 2003. – с.43-45.

Дідух Сергій Мирославович
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки промисловості
Одеська національна академія харчових технологій
Софронова Юлія Юріївна
магістрант

НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

М'ясопереробні підприємства відіграють важливу роль у підвищенні продовольчої безпеки країни, забезпеченні населення якісними та корисними продуктами харчування. На сучасному етапі розвитку м'ясопереробні підприємства здійснюють виробничу діяльність в умовах високої конкуренції, дефіциту фінансових ресурсів, зміни вектору експортної діяльності та відкриття внутрішнього ринку для підприємств країн ЄС. Саме тому актуальним питанням є визначення пріоритетних напрямів розвитку м'ясопереробних підприємств на інноваційно-інвестиційних засадах задля збереження і зростання внутрішнього виробництва та експансії на зовнішні ринки.

Метою даної роботи є дослідження актуальних напрямів інноваційно-інвестиційного розвитку м'ясопереробних підприємств в умовах високої конкуренції.

Важливою умовою розвитку м'ясопереробних підприємств є стабільне сировинне забезпечення. Поголів'я худоби та птиці в усіх категоріях

господарств України зменшується. На кінець 2016 р. (без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції) кількість великої рогатої худоби у господарствах усіх категорій зменшилась на 16,27 % порівняно із 2014 р., свиней – на 14,11 %, птиці – на 8,6 % [1, с. 10].

При цьому структура виробництва м'яса в Україні суттєво змінилась: частка м'яса птиці зросла із 11,6 % від загальної кількості виробленого м'яса у 2000 р. до 66,6 % у 2016 р. Натомість частка свинини за цей період знизилась із 40,7% до 26,6 %, а телятини і яловичини – із 45,4 % до 6,7 % [1, с. 20].

Ціна на м'ясо птиці за останні 2 роки (грудень 2016 р. до грудня 2014 р.) зросла на 35 %, яловичину – на 36,3 %, свинину – в 2,5 рази [2, 3]. Тобто ситуація із забезпеченням м'ясопереробних підприємств сировиною є досить несприятливою. Це безпосередньо впливає на собівартість м'ясопродуктів, змушує виробників підвищувати відпускні ціни задля збереження рівня рентабельності.

З іншого боку, зниження реальних доходів населення призводить до того, що попит на м'ясні вироби зменшується. У цій ситуації підприємства змушені змінювати рецептуру, оптимізувати витрати, шукаючи оптимальне співвідношення між ціною та якістю продукції.

Які ж напрями інноваційно-інвестиційного розвитку актуальні для м'ясопереробних підприємств у таких ринкових умовах? Нами було проаналізовано інформацію із відкритих джерел щодо актуальних інвестиційних проектів найбільших м'ясопереробними підприємств України та узагальнено ключові тенденції.

По-перше, розширення виробничих потужностей, переобладнання підприємств не є пріоритетом підприємств з переробки м'яса. Провідні компанії галузі працюють на досить сучасному обладнанні та за відсутності росту обсягів реалізації не мають передумов для технічного переоснащення. Плани щодо збільшення та модернізації виробничих потужностей декларує лише м'ясокомбінат «Глобино» [4].

По-друге, важливим напрямом розвитку більшості великих м'ясопереробних компаній є розширення власної торгівельної мережі або ж франчайзингової мережі. Зокрема, у це інвестують кошти м'ясокомбінати «Ятрань», «Ювілейний», «Кременчукм'ясо», «Глобино», ПрАТ «Український Бекон» тощо. Причиною є бажання виробників забезпечити стабільну реалізацію продукції та підвищити ефективність використання оборотного капіталу.

По-третє, ключові гравці ринку сконцентровані на розширенні асортименту продукції, введенні нових інноваційних продуктів («Фаворит плюс», «Глобино», «Векка», «Ювілейний», «Український Бекон»). Це обумовлено посиленням боротьби за споживачів, необхідністю вдосконалення (оптимізації) рецептур задля збереження рівня прибутковості.

Іншим важливим напрямом інвестиційно-інноваційного розвитку є вертикальна інтеграція м'ясопереробних підприємств з метою підвищення ефективності господарської діяльності. Наприклад, у вертикально інтегровану структуру групи компаній «Глобино» на сьогоднішній день входять підприємства, які забезпечують замкнутий виробничий цикл від будівництва об'єктів до виробництва і продажу готової продукції [4]. Подібний вектор розвитку актуальний і для ПрАТ «Український Бекон», яке з 2008 р. належить до холдингу «Миронівський хлібопродукт», і також має замкнутий виробничий цикл [5]. Іншим прикладом вертикальної інтеграції є М'ясна фабрика «Фаворит плюс» (торгові марки «Добров», «М'ясна лавка», «Ковбасний ряд»), яка входить до корпорації АТБ [6]. Приналежність до найбільшої мережі супермаркетів України гарантує підприємству стабільний збут продукції.

Іншими важливими напрямами інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств даної галузі є проведення активної маркетингової політики, вдосконалення технологічних процесів та їх оптимізація, підвищення якості продукції, отримання сертифікатів якості міжнародних органів.

Слід зазначити, що потужні м'ясопереробні компанії впроваджують різноманітні соціальні програми, розвиваючи інфраструктуру, виступаючи спонсорами та партнерами різних благодійних, культурних та освітніх організацій. Капіталовкладення у соціальну сферу є важливим елементом сталого розвитку м'ясопереробних підприємств. Цей напрям інвестування свідчить про розуміння потужними компаніями даної галузі важливості стратегічного підходу до побудови бізнесу навіть при існуючій несприятливій кон'юнктурі ринку.

Отже, основним напрямом інвестиційно-інноваційного розвитку м'ясопереробних підприємств в сучасних умовах є реалізація резервів підвищення економічної ефективності господарської діяльності шляхом інвестування у оптимізацію виробничих процесів, маркетингової та комерційної діяльності. На нашу думку, у майбутньому слід очікувати активізацію вертикальної інтеграції виробників м'ясопродуктів, що є цілком обґрунтовано. Перехід же від інтенсивної до екстенсивної моделі розвитку підприємств даної галузі можливий лише при умову збільшення темпів росту ринку м'ясопродуктів.

Список використаної літератури

1. Тваринництво України 2016: статистичний збірник / за ред. О. М. Прокопенко. – К.: Державна служба статистики, 2017. – 141 с.

2. Індекси споживчих цін за 2014 рік: статистичний збірник / за ред. І. М. Жук. – К.: Державна служба статистики, 2015. – 176 с.

3. Індекси споживчих цін за 2016 рік: статистичний збірник / за ред. І. М. Жук. – К.: Державна служба статистики, 2017. – 174 с.

4. Група компаній "Глобино" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://ua.globino.ua/gruppa-kompanii.

5. Приватне акціонерне товариство «Український Бекон» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.mhp.com.ua/uk/operations/zao-ukrainskij-bekon.

6. М'ясна фабрика "Фаворит плюс" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.mffavorit.dp.ua/ru/factory/

Дутова Наталя Валентинівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту
Петухов Віталій Олександрович
студент
Донецький Національний Університет ім. Василя Стуса

РОЛЬ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВІЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Для економічної безпеки підприємства фінансова складова є дуже важливою, ефективна діяльність суб'єктів господарювання обумовлюється багато в чому станом їх фінансів, саме фінанси за ринкових умов є рушійною силою для кожної економічної системи.

Фінансова безпека суб'єктів господарювання на сьогодні є доволі актуальною проблемою. Необхідність постійного дотримання фінансової безпеки зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності. Рівень фінансової безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його керівництво буде спроможним уникнути можливих загроз та ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовищ.

Досягнення такого рівня фінансової безпеки підприємства, щоб гарантувати його стабільне, максимально ефективне функціонування та мати необхідний потенціал для розвитку можливо при виконання певних умов: налагодження ефективної фінансової роботи підприємства; підтримці фінансової стійкості підприємства; досягненні високої конкурентоспроможності; забезпеченні ліквідності активів; підтримці належного рівня ділової активності; забезпеченні захисту інформаційних

ресурсів та комерційної таємниці; організацію безпеки капіталу та майна підприємства [2].

Виходячи з вище сказаного, важливим аспектом сталого функціонування суб'єктів господарювання є розробка ефективного механізму управління фінансовою стійкістю підприємства. Для того, щоб оцінити поточний стан та фінансову стійкість підприємства використовують різноманітні методи фінансового аналізу, такі як розрахунок показників фінансової стійкості і порівняння їх з базовими чи нормативними значеннями та ін. [3].

Для визначення фінансової стійкості підприємства, доцільно використовувати спеціальну систему показників, до яких прийнято відносити такі як:

— коефіцієнт концентрації власного капіталу (коефіцієнт автономії);
— коефіцієнт фінансової залежності;
— коефіцієнт маневреності власного капіталу;
— коефіцієнт забезпеченості оборотних коштів власними оборотними коштами;
— коефіцієнт співвідношення власного і залученого капіталу (коефіцієнт фінансової стійкості);
— коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу;
— коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами;
— коефіцієнт відношення реальних активів і вартості майна;
— коефіцієнт поточних зобов'язань;
— коефіцієнт довгострокових зобов'язань та ін [4].

В аналізі фінансової стійкості підприємства важливу роль відіграє показник власного капіталу. Цей показник зосереджує на собі велику увагу зацікавлених сторін, оскільки по ньому можна судити про фінансову стійкість, незалежність та можливості підприємства. Серед низки показників, що розраховуються для аналізу фінансової стійкості, власний капітал використовують для визначення таких показників як: коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансування, коефіцієнт довгострокової фінансової незалежності, коефіцієнт маневреності власного капіталу та коефіцієнт фінансового левериджу. Порядок розрахунку цих показників представлено у табл. 1 [1].

Таблиця 1

Показники оцінки фінансової стійкості

№ з/п	Індекс показника	Порядок розрахунку показника	Оптимальне значення	Призначення (опис)
1 .	Кавт	Вк : А	> 0,5	Цей коефіцієнт характеризує частку власників підприємства у загальній сумі коштів, авансованих у його діяльність. Чим вищим є значення цього показника, тим вища фінансова стійкість підприємства, тим більш стабільним та незалежним є становище від зовнішніх

				джерел фінансування і кредиторів.
2.	Кфін	Зк : Вк	< 1,0	Цей коефіцієнт показує, скільки позикових коштів залучило підприємство на 1 грн вкладених в активи власних коштів. Коефіцієнт фінансування розраховують як відношення всієї суми зобов'язань за залученими коштами до суми власних коштів
3.	Кдфн	(Вк + Зкд) : А	> 0,7	Коефіцієнт показує, яка частина загальної вартості активів підприємства сформована за рахунок найбільш надійних джерел фінансування і не залежить від короткострокових позикових зобов'язань.
4.	Кмвк	(Вк + Зк - Ан) : Вк	> 1	Коефіцієнт маневреності власного капіталу (Кмвк) показує, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності, тобто вкладена в оборотні засоби, а яка — капіталізована. Коефіцієнт маневреності власного капіталу розраховується як відношення чистого оборотного капіталу до власного капіталу.
5.	Клев	Зкд : Вк	Зменшення	Показник фінансового левериджу характеризує залежність підприємства від довгострокових зобов'язань. Розраховується коефіцієнт діленням суми довгострокових кредитів та інших довгострокових позикових коштів на суму власних коштів.

Виходячи з вище сказаного, стає зрозуміло, що роль власного капіталу є дуже вагомою, саме від нього залежить величина багатьох показників, які розраховують задля аналізу фінансової стійкості підприємства та можливості прогнозування діяльності підприємства. У свою чергу фінансова стійкість має прямий вплив на рівень фінансової безпеки підприємства, його стабільність та ефективність функціонування. Отож, завдяки забезпеченню фінансової стійкості та стабільності підприємств можна говорити про передумови формування економічної безпеки цих підприємств, якщо ситуація має протилежний характер і ці умови не забезпечено, реалізація будь-якої іншої складової системи економічної безпеки підприємств є проблемною.

Список використаної літератури

1. Фінансова стійкість підприємства. «ДК» №32/2009. Журнал «Дебет-Кредит» №32/2009 [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://dtkt.com.ua/show/1cid04164.html#top

2. Болгар Т.М. Роль фінансової безпеки підприємства в системі антикризового управління / Т. М. Болгар // Електронне наукове фахове видання

«Ефективна економіка». – 2013. − [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // http://www.economy. nayka.com.ua/?op=1&z=1935

3. Теоретичні аспекти формування механізму управління фінансовою стійкістю підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // http://www.rusnauka.com/ 5_SWMN_2011/Economics/6_79403.doc.htm

4. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз: Навчальний посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/16011013/ekonomika/analiz_finansovoyi_stiykosti_pidpriyemstva

Дутова Наталя Валентинівна
к.е.н., доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту, ДонНУ імені Василя Стуса,
Шевчишена Тетяна Миколаївна
здобувач ступеню вищої освіти «магістр» спеціальності «Облік і оподаткування», ДонНУ імені Василя Стуса

ЕЛЕМЕНТИ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЕКСПОРТИХ ОПЕРАЦІЙ

При загальній концепції організації бухгалтерського обліку, визначеній нормативними актами, підприємство, виходячи з накопиченого досвіду, умов і перспектив господарювання в рамках чинного законодавства, обирає конкретні способи обліку майна і зобов'язань і слідує їм постійно, що обумовлено принципом послідовності, закріпленої Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» [1].

Подібний підхід досягається розробкою облікової політики, який підприємство здійснює самостійно; при цьому обов'язковим є дотримання встановлених законодавством загальноприйнятих принципів.

Складові облікової політики, застосування яких має бути визначено у наказі про облікову політику підприємства, перераховані в Листі Міністерства Фінансів України від 21.12.2005 р. за № 31-34000-10-5/27793 [2] та Методичних рекомендаціях щодо облікової політики підприємства Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. № 635 [3].

Слід зазначити, що ефективність експортних операцій цілком залежить від наявності надійної і повної обліково-економічної інформації, організації своєчасного відображення всіх операцій та повного розкриття інформації про цей вид постачань як відокремленої системи діяльності підприємств. Проте дослідження свідчать про наявність ряду питань організаційного забезпечення

їх обліку, які призводять до серйозних порушень валютного, податкового та митного законодавства. Тому необхідно чіткі визначити елементи облікової політики щодо експортних операцій, що становлять методологічну основу їх обліку (табл. 1.)

Таблиця 1

Елементи облікової політики щодо обліку експортних операцій

Елемент	Характеристика
1	2
Визначення методу оцінки вибуття товарів, що експортуються	Метод списання запасів безпосередньо впливає на бухгалтерський і податковий прибуток, особливо в умовах інфляції. До того ж використання конкретного методу залежить від умов діяльності підприємства. У кожному методі списання запасів до витрат включається різна сума запасів, що вибули. У зв'язку з цим залежно від обраного методу сума витрат, а значить і прибуток, становитиме менше або більше значення.
Визначення моменту визнання доходів і витрат від експортних операцій. Визначення фінансових результатів від експортних операцій	Під визнанням доходів розуміється визначення організацією права на отримання виручки, її суми, впевненості у збільшенні економічних вигід, переходу права власності до покупця, а також у тому, що витрати, пов'язані з цієї виручці, можуть бути визначені. При неможливості визначення хоча б однієї з умов в бухгалтерському обліку визнається не дохід, а кредиторська заборгованість. Відповідно до допущенням тимчасової визначеності фактів господарської діяльності момент визнання виручки визначається моментом переходу прав власності і безпосередньо не пов'язаний з фактичним часом надходження чи виплати грошових коштів. Момент переходу прав власності визначається виходячи з умов договору, укладеного суб'єктами угоди. Під визнанням витрат розуміється визначення суми витрат, впевненості у зменшенні економічних вигід, а також у тому, що витрати проводилися відповідно до конкретного договором, вимогою законодавчих і нормативних актів. При неможливості визначення хоча б однієї з умов в бухгалтерському обліку визнається не витрата, а дебіторська заборгованість. Якщо організацією прийнятий в дозволених випадках порядок визнання виручки від продажу продукції і товарів не в міру передачі прав володіння, користування і розпорядження на поставлену продукцію, відпущений товар, виконану роботу, надану послугу, а після надходження коштів і іншої форми оплати, то й витрати визнаються після здійснення погашення заборгованості. Дохід за експортною операцією слід визнати на дату останньої з подій: передачі ризиків і втрати контролю. Дохід від наданих послуг визнають не тільки на дату акту (або іншого документа, що підтверджує надання послуги), а й на кожну дату балансу з урахуванням вимог пп. 10 – 14 П(С)БО 15 [4]. Дату переходу ризиків та вигід, пов'язаних з правом власності, слід визначати виходячи з базису постачання Інкотермс, визначеного в договорі. Інвалютний дохід слід перераховувати за курсом НБУ, що діє на дату

	першої події за експортною операцією в межах суми такої першої події.
Оцінка витрат за експортними операціями	Оцінка витрат передбачає вивчення підприємцем величини, структури і динаміки власних витрат, що визначають нижній кордон ціни: в умовах ринку підприємство повинне покривати витрати, що виникли в процесі виробництва і реалізації товарів, а в реальності ще і отримати прибуток як винагороду за підприємництво і ризик. При оцінці витрат для цілей ціноутворення велике значення має ділення витрат на постійні та змінні, яке пов'язане із закономірністю їх зміни при зміні об'ємів діяльності. При зростанні об'ємів діяльності відбувається зниження середніх витрат за рахунок того, що постійні розподіляються на більшу кількість виробленої і реалізованої продукції. Тому для здійснення продуманої цінової політики кожен виробник повинен зіставити структуру витрат з плановими обсягами виробництва і розраховувати короткострокові середні витрати на одиницю товару. Крім того, при збільшенні масштабів виробництва витрачання скорочуються до досягнення певного (планового) обсягу випуску, після подальшого нарощування витрати зростають, тобто існує межа ефективного розширення. Для будь-якого виробництва існує оптимальний об'єм, який недоцільно збільшувати.
Оцінка дебіторської заборгованості і контроль за станом розрахунків з іноземними партнерами	Визначення динаміки, складу, структури, а також причин, строків існування і давності створення дебіторської заборгованості, контроль за своєчасним оформленням розрахункових документів, застосування попередньої та вексельної форми оплати та ін.
Формування достовірної інформації про курсові різниці	Підприємствам, які здійснюють експорт, слід також пам’ятати, що за монетарними статтями балансу необхідно розраховувати курсові різниці (п. 8 П(С)БО 21) [5]. Тому, якщо першою подією за експортною операцією є відвантаження, то за дебіторською заборгованістю, яка в результаті цього утворюється, курсові різниці розраховують на кожну дату балансу, а також на дату здійснення господарської операції. Причому на дату господарської операції курсові різниці рахують або в межах суми такої операції – тоді залишок заборгованості може бути перерахований на кінець дня або в загальному порядку на дату балансу, або за всією статтею. Підприємство самостійно визначає порядок розрахунку курсових різниць на дату господарської операції і закріплює його в обліковій політиці. Монетарною статтею є й валютні кошти на розподільчому і поточному рахунках, тому при їх списанні і на дату балансу курсові різниці також слід рахувати
Контроль за правильністю і повнотою оподаткування	Операція вивезення товару (супутніх послуг) у митному режимі експорту за межі державного кордону України є об'єктом обкладення ПДВ (п. 185.1 Податкового кодексу). При цьому

	застосовується нульова ставка (п. 195.1.1 Податкового кодексу) [6]. Експортні операції не призводять до виникнення різниць між бухгалтерським фінансовим результатом і об'єктом обкладення податком на прибуток. Тому всі доходи та витрати, сформовані за бухгалтерськими правилами переносяться в податкові доходи та витрати без коригувань

Облікова політика оформляється наказом керівника підприємства. Цей документ повинен містити перелік всіх пунктів прийнятої політики на звітний рік. По кожному пункту необхідно привести його нормативне обґрунтування. Зазначені елементи облікової політики щодо експортних операцій дозволять досягнути балансу між критеріями, визначеними специфікою підприємства, та загальнодержавної обліковою політикою.

Список використаної літератури

1. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14.
2. Про облікову політику: Лист Міністерства Фінансів України № 31-34000-10-5/27793 від 21.12.2005 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=58984&cat_id=34931
3. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства: Наказ Міністерства фінансів України № 635 від 27.06.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article/main?art_id=382876&search.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід»: Наказ Міністерства Фінансів України № 290 від 29.10.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://buhgalter911.com/uk/normativnaya-baza/instr-plan-rah/standart-buhgalterskogo/pologhennya-standart-buhgaltersykogo-1021481.html.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів»: Наказ Міністерства Фінансів України № 193 від 10.08.2000 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0515-00.
6. Податковий кодекс України: Кодекс України № 2755-IV від 02.12.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.

Єдинак Тетяна Сергіївна
к.держ.упр., доцент кафедри обліку, аудиту, аналізу і оподаткування *Університету митної справи та фінансів*
Дюсметов Дмитро Рустамович,
магістрант

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У теперішній час, коли європейські ринки відкриті для України, постійно зростає кількість суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та відбуваються зміни у законодавстві, внутрішній контроль зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві є предметом особливої уваги. Проблеми розвитку внутрішнього контролю зовнішньоекономічної діяльності на сучасному етапі його становлення є надзвичайно актуальними. Незважаючи на багаторічний досвід зовнішньоекономічних відносин України з іншими державами, порушення митних правил є поширеною проблемою, з якою стикаються митниці. Це є наслідком відсутності системного підходу до контролю експортно-імпортних операцій на самому підприємстві, як окремого об'єкта, що призводить до небажаних витрат та зменшення ефективності діяльності підприємства в цілому.

На сьогодні в Україні відсутній чітко сформульований комплекс контрольних заходів зовнішньоекономічної діяльності підприємства. На малих підприємствах, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю, по суті відсутні підрозділи або будь-які заходи з контролю експортно-імпортних операцій, що призводить до порушення митного та податкового законодавства.

Гострими залишаються проблеми:

- шахрайства серед працівників та менеджменту компаній при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності (це призводить до матеріальних втрат компанії, порушення чинного законодавства);
- нерозвиненість або взагалі відсутність систем внутрішнього контролю на підприємствах;
- недосконаліть національної системи внутрішнього контролю, недостатнє вивчення міжнародного досвіду, не закріплення у законодавстві окремих норм щодо вибору методології забезпечення якості внутрішнього контролю, методики відбору об'єктів контролю тощо;
- проблемні аспекти визначення ризиків діяльності підприємств та ін.

Найчастіше порушення митного, податкового та валютного законодавства відбувається на стадії поточного контролю. Для попередження таких порушень необхідно застосовувати функціональний контроль з перевіркою в ході господарських операцій правильності розрахунків з

контрагентами та правильного відображення в обліку таких операцій, розрахунок за податками й платежами, перевірку законності відкриття валютних рахунків, визначення доцільності, повноти та правильності відображення доходів та витрат підприємства, розрахунок курсових різниць, тощо.

Наступним важливим кроком є контроль за рухом товарів. Він буде ефективним у тому випадку, коли буде відслідковуватись місцезнаходження кожної партії вантажу, та у разі необхідності будуть вчасно здійснені заходи з прискорення товароруху. Важливим моментом є отримання товару за місцезнаходженням суб'єкта господарювання, адже при транспортуванні товарів можливі випадки зникнення, втрат, псування та крадіжок. Для попередження таких випадків необхідна своєчасна інвентаризація на всіх етапах товароруху і в усіх місцях зберігання.

Проблемним моментом є перехід ризиків та втрат від продавця до покупця, тому що в цей момент контроль за здійсненням експортно-імпортної операції покладається на покупця. З метою ефективного контролю необхідно здійснити оцінку здійснюваної господарської операції, зокрема перевірити збереженість товару та оцінити витрати, що понесені на пакування, транспортування, страхування тощо [1, с.80].

Перспективи розвитку системи внутрішнього контролю вбачаються в орієнтації на інституційний або поточний контроль, його детальне планування, вивчення та впровадження. З кожним роком товаропотік через митний кордон України збільшується, проте суб'єкти стикаються з тими самими проблемами та порушують норми законодавства, що призводить до непередбачених втрат. Одним із шляхів розвитку цього напрямку є інтеграція систем внутрішнього контролю на прикладі великих вітчизняних компаній, що багато років займаються зовнішньоекономічною діяльністю. В перспективі для оптимізації діяльності суб'єкта, що займається зовнішньоекономічною діяльністю, підприємство може отримати статус уповноваженого економічного оператора, але лише за умови ефективної діяльності служби внутрішнього контролю.

Список використаної літератури

1. Євдокимов В.В., Венцель В.Т. Внутрішній контроль операцій з експорту та імпорту товарів. Вісник державної машинобудівної академії – 2011. №3(24). – 79-82 с.

Єрмак Світлана Олександрівна,
к.е.н, доцент, доцент кафедри
підприємництва і торгівлі
Кіяшко Аліна Олегівна., студентка
групи Фін-15
ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг

ФОРМУВАННЯ ПРИВАБЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ

Поступовий розвиток цивілізації неодмінно призводить до інтеграційних процесів між державами. Сьогодні спостерігається швидкий процес глобалізації в міжнародних економічних відносинах. Економічна взаємозалежність держав потребує різностороннього управління зв'язками між суб'єктами міжнародних соціально-економічних відносин.

Для будь-якої економіки важливим є питаннядосягнення макроекономічної стабільності, що неможливо без залучення інвестиційнихресурсів. Інвестування – це складний багатоступінчастий механізм, що дає змогупримножувати економічний потенціал країни. Останнім часом іноземні інвесторипроводять обережну політику в країні у сфері інвестиційного співробітництва, щосвідчить про необхідність зниження негативних факторів і створення максимальносприятливих умов для покращення інвестиційного клімату в Україні [1].

На сучасному етапі розвитку економіки України потреба в залученні іноземних інвестицій обумовлена багатьма причинами: по-перше вони мають поповнити обмежені внутрішні заощадження, по-друге забезпечувати фінансування як окремих підприємств, так і галузей національного виробництва, а також модернізацій і реструктаризації економіки, що сприятимуть майбутньому економічному зростанню та розвитку.

Отже, на сьогоднішній деньв Україні сформовано певні передумови формування сприятливогоінвестиційного клімату, основними з яких є [2]:

1) вигідне географічне положення (Україна має доступ до стратегічних ринків,зокрема, Європейського Союзу – одного з найбільших світових ринків; країн Середнього Сходу і т.п.);

2) природно-ресурсний потенціал (інвестиційне значення в Україні мають тривиди природних ресурсів: мінеральні, земельні й рекреаційні);

3) рівень розвитку промислового виробництва;

4) висококваліфікована та конкурентоспроможна робоча сила;

5) несформований ринок товарів (Україна потенційно є одним з найбільшихринків в Європі);

6) незадоволений попит населення.

Процес залучення іноземних інвестицій в економіку країни сприяє її економічному зростанню. Обсяги іноземних інвестицій є одним з показників, які вказують на ступінь інтеграції країни у світове товариство.

Таблиця 1

Прямі інвестиції з країн ЄС в економіку України [3]

Країни	Обсяг прямих інвестицій (млн. дол. США) на			
	01.01.2014 р.	01.01.2015 р.	01.01.16 р.	01.01.17 р.
Всього з країн ЄС	41032,8	31046,9	26405,6	27387,3
Кіпр	17725,6	12769,4	10239,5	9925,4
Нідерланди	9007,5	6986,7	6184,7	6326,1
Велика Британія	2768,2	2153,4	1790,3	2155,8
Німеччина	2908,4	2105,2	1598,2	1741,0
Франція	1520,5	1394,6	1305,4	1334,1
Австрія	2314,0	1648,7	1559,8	1307,3
Люксембург	555,5	398,8	363,9	988,2
Угорщина	685,9	593,2	614,9	791,6
Польща	819,8	808,6	758,3	800,4
Інші країни ЄС	2283,8	1828,1	1661,7	2017,4
Всього в Україні	53704,0	40725,4	36154,5	38981,5

Дані таблиці 1 свідчать про те, що в 2014 році було інвестовано в країну 53704,0 млн.дол.США, в 2015 році інвестиції зменшились на 12978,6 млн.дол.США,й в 2016 році спостерігалося зменшення на 4570,9млн.дол.США, тоді як на початок 2017 інвестиції почали збільшуватися на 2827 млн.дол.США.

Головними інвесторами в 2017 році є Кіпр – 9925,4; Нідерланди – 6326,1; Велика Британія – 2155,8; Німеччина – 1741,0; Франція – 1334,1; Астралія – 1307,3; Люксембург – 988,2; Польща – 800,4; Угорщина –791,6; Інші країни ЄС – 2017,4 (млн. дол. США).

Можна зробити висновокпро те, що спостерігалась динаміка до зниженняобсягів інвестицій в Україну з 2014 по 2016 роки, це може бути пов'язано з воєнними діями на Сході країни, нестабільною політикоюдержави, недовірою інвесторів до банків. Щодо інвестицій з України до країн ЄС, то у цей період динаміка теж є негативною (табл. 2).

Таблиця 2

Прямі інвестиції з України до країн ЄС [3]

Країни	Обсяг прямих інвестицій (млн. дол. США) на			
	01.01.2014 р.	01.01.2015 р.	01.01.16 р.	01.01.17 р.
Всього у країни ЄС	6192,3	6138,8	6111,0	6128,0
Кіпр	5925,1	5926,1	5923,7	5931,7
Латвія	98,6	85,0	69,8	73,2
Польща	56,4	53,4	50,2	51,1
Інші країни ЄС	112,2	74,3	67,3	72,0
Всього з України	6702,9	6456,2	6315,2	6373,9

Така структуризація інвестицій з України пояснюється тим, що на Кіпрі зосереджені активи багатьох українських компаній, ставки оподаткування в декілька раз менше, ніж в Україні, наявність підприємств зарубіжних компаній. Для покращення привабливості інвестиційного клімату країни, прямі інвестиції повинні надходити не тільки в Україну, але й навпаки.

Існує ряд об'єктивних причин низької інвестиційної привабливості в Україні:

- нестабільна політична ситуація в країні, яка гальмує розвиток інвестиційної діяльності;
- високий рівень необґрунтованих податків;
- відсутність сучасних інформаційних систем зв'язку з потенційними інвесторами;
- недосконаліть страхового та фондового ринків, що не дозволяє добре відобразити реальну ринкову власність ліквідності;
- наявність проблем у корпоративному секторі;
- малорозвинений сектор інституційних інвесторів, відсутність інвестиційних банків, великих компаній, страхових компаній;
- збільшення монополізації ринків, ріст рівня інфляції;
- нерозвиненість банківської системи, відсутність інфраструктури;
- низький рівень конкуренції виробництва, невисока платоспроможність підприємств;
- незахищеність прав акціонерів, на прозоре розкриття інформації в акціонерних товариствах.

Таким чином, для покращення інвестиційного клімату в Україні потрібно удосконалювати правову та організаційну базу для підвищення дієздатності механізмів, що забезпечують його досягнення, підвищувати конкурентоспроможність вітчизняної економіки, підвищувати технічний рівень розвитку нових технологій, проводити структурну перебудову промислового комплексу, збільшувати об'єм експортного потенціалу України, зменшувати залежність економіки країни від імпорту, створювати власні виробництва з застосуванням своїх природніх ресурсів.

Список використаної літератури

1. Чіп Л. О. Особливості інвестиційного клімату в Україні [Електронний ресурс] / Л. О. Чіп // Вісник Полтавської державної аграрної академії. - 2014. - № 3. - С. 142-146. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/jpdf/VPDAA_2014_3_32.pdf

2. Малько К. С. Інвестиційний клімат та інвестиційна привабливість України: чинники їх формування в сучасних умовах [Електронний ресурс] / К. С. Малько // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 3. - С. 100-105. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ape_2015_3_13.pdf

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

Занора Володимир Олександрович,
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки ЧНУ ім. Б. Хмельницького,
Халамей Наталія Олександрівна,
студентка

ПРОЕКТНЕ УПРАВЛІННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Статистичні дослідження проектної діяльності різноманітних компаній свідчать про те, що суттєва частина проектів, а саме за різними даними від 30 до 80 відсотків, є неприбутковими, тобто такими, результати яких є незадовільними [1 – 6]. Численні відхилення, що викликані впливом ризиків, криз, стресів, конфліктів тощо, в діяльності промислових підприємств, різноманітні зміни є неодмінною складовою функціонування організацій, що визначає доцільність використання проектного управління, яке є загальноприйнятим у європейському бізнес-середовищі, Сполучених Штатах Америки та інших країнах. Зазначене свідчить про актуальність опрацювання методології проектного управління з метою розроблення нового, удосконалення та розвинення існуючого науково-методичного інструментарію.

Проектне управління (англ. project management) поряд з іншими процесами, що є його складовими, також включає управління інтеграцією, термінами проекту, вартістю, якістю, людськими ресурсами, комунікаціями, ризиками, а також управління змінами та відхиленнями, тобто забезпечує дотримання принципів комплексності та системності, надає можливість управляти проектом різнобічно, багатогранно.

Загалом серед властивостей проектів доречно виокремити такі: тимчасовість; унікальність результату; послідовна розробка. Звернемо увагу на відмінності операційної діяльності промислового підприємства та проекту. Серед відмінностей виокремлюють саме тимчасовість та унікальність проекту, у той час як операційна діяльність характеризується тим, що повторюється та продовжується й надалі в часі. Різняться вони також результатом, оскільки після досягнення мети проект завершується, операційна ж діяльність продовжується, з'являються нові завдання, що мають виконуватись.

Управління проектами може виступати в якості інструментарію щодо виконання певних завдань стратегічного чи тактичного управління, реалізація яких є неможливою або ж проблематичною в рамках звичайної діяльності промислового підприємства. На сьогодні набуває поширення практика впровадження управлінської моделі типу «проектне управління» або «управління за проектами» в господарську діяльність промислових підприємств, тобто переглядається виробнича, маркетингова та інші види діяльностей підприємства з метою застосування саме проектного підходу.

Подібна практика вимагає створення проектного офісу на підприємстві або ж наявності фахівців з управління проектами, які здатні реалізувати проектний підхід до управління господарською діяльністю. Серед іншого під час використання проектного управління доречно приділити окрему увагу особливостям діяльності промислового підприємства з метою формування такої моделі, що дозволить якнайкраще забезпечити ефективність його діяльності.

Для забезпечення ефективного управління проектами працівники, що задіяні, тобто є членами команди з управління проектами, повинні мати та використовувати знання та навички з мінімум п'яти експертних областей (рис. 1): зведення знань з управління проектами; знання, стандарти і нормативні акти, що стосуються даної області застосування; розуміння оточення проекту; знання та навички в області загального управління; навички міжособистісних відносин [7, с. 12].



Рис. 1. Експертні області, в яких має орієнтуватись команда проекту. (сформовано на основі [7, с. 12])

Зазначимо, що методологія проектного управління набуває подальшого розвитку у напрямі не лише управління інноваційними проектами підприємств, а й інтегрування в їхню господарську діяльність. Тобто проектне управління, що сприймалося в контексті інструментарію управління перетворюється на стиль управління, що здатен забезпечити вищий рівень ефективності порівняно з іншими. З огляду на вищенаведене актуальності набуває формування механізму проектного управління, перегляд та вдосконалення, розвиток методичних засад та положень його процесів.

Список використаної літератури

1. Бенко К. Управление портфелями проектов: соответствие проектов стратегическим целям компании / Бенко К., Мак-Фарлан Ф. У.; пер. с англ. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 240 с.
2. Кондратенко Е. Только рискующий достигнет цели / Кондратенко Е. // Капитал. – 1997. – № 2. – С. 50 – 52.
3. Петруненков А. А. Организация разработки нового товара: учебно-методическое пособие / Петруненков А. А. – М. : Монолит, 2002. – 288 с.

4. Управление проектом: критерии успеха внедрения проектов на предприятиях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bizataka.ru/menedzhment/raznoe/upravlenie-proektom-kriterii-uspeha-vnedreniya-proektov-na-predpriyatiyah.html.
5. Kleinschmidt E. J., Cooper R. G. An Investigation into the New Product Process: Steps, Deficiencies and Impact // Journal of Product Innovation Management. – 1986. – № 2. – P. 71 – 85.
6. TechRepublic and Ted Smith. IT Project Management Research Findings. – Louisville, KY: TechRepublic, 13 November 2000.
7. Руководство к своду знаний по управлению проектами: американский национальный стандарт. – [3-е изд.]. – Newtown Square, Pennsylvania : Project Management Institute, Inc., 2004 – 388 с.

Запорожець Юлія Вікторівна
студентка групи ЕП-15
Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Єрмак Світлана Олександрівна,
к.е.н., доцент кафедри підприємництва і торгівлі

ВАЖЛИВІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність використання усіх наявних ресурсів є необхідною умовою успішного функціонування будь-якого підприємства. Поряд із матеріальними, трудовими та фінансовими, не менш важливу роль у діяльності підприємства відіграють його нематеріальні ресурси.

Питання використання нематеріальних ресурсів у діяльності підприємства розглядали такі вчені, як Є. Абрамов, В. Базилевич, Д. Гелбрейт, Б. Лев, О. Літвінов, М. Мелоун, С. Покропивний, Д. Хітчер, А. Чухно, Л. Шваб та інші, однак з'ясування питань важливості використання нематеріальних ресурсів у діяльності підприємства є актуальним на сьогоднішній день та потребує подальшого дослідження.

Нематеріальні ресурси – це частина потенціалу підприємства, здатна приносити економічну вигоду протягом тривалого часу, для якої характерні відсутність матеріальної основи та невизначеність розмірів майбутніх прибутків від її використання [1, с. 134].

На разі спостерігається кульмінаційний етап зростання інтересу до всебічного аналізу використання нематеріальних ресурсів загалом та нематеріальних активів як їх окремої частини. Ідеї, винаходи та інші інтелектуальні результати людської діяльності, з яких зараз є можливість отримувати дохід, ще на початку розвитку цивілізації використовувалися в домашніх господарствах, майстернях та на полях і вже тоді були першими задатками майбутніх нематеріальних ресурсів [2, с.107].

Завдяки ефективному використанню нематеріальних ресурсів підприємство може мати суттєві конкурентні переваги, які нададуть можливість максимізувати прибуток, закріпити позиції на ринку товарів та послуг.

Але з виникненням нематеріальних ресурсів виникає й проблема прав захисту цих ресурсів. Для захисту від недобросовісної конкуренції необхідно отримувати виключне право на їх використання за допомогою патентів, авторських прав та ліцензій.

Від здатності підприємства збільшувати нематеріальні ресурси залежить його конкурентоспроможність та імідж. Адже якщо підприємство може винаходити нові технології для прискорення, збільшення об'єму виробництва, створювати нові товарні знаки та знаки обслуговування, створювати більш сучасне та доступне програмне забезпечення, впроваджувати ноу-хау і так далі, значить воно може ефективно функціонувати, задовольняти сучасні потреби споживачів, що дозволить займати лідерські позиції на рику. Отже, нематеріальні ресурси підприємства виступають перспективним джерелом його додаткових конкурентних переваг на ринку.

Проте існують певні перешкоди на шляху створення потужного власного інтелектуального потенціалу підприємства [3, 147]:

- недосконаліть чинного законодавства щодо визначення та характеристики прав, які виникають внаслідок володіння та користування нематеріальними ресурсами;
- невизначеність та недостатня змістовність створюваних підприємствами об'єктів інтелектуальної власності;
- невідповідність створюваних підприємствами об'єктів інтелектуальної власності міжнародним вимогам та стандартам;
- відсутність чітких методик, які дають змогу з високим ступенем точності та вірогідності оцінити реальну вартість створюваного об'єкта інтелектуальної власності;
- неможливість в більшості випадків достовірно спрогнозувати майбутню корисність та цінність створюваного об'єкта інтелектуальної власності;
- низька патентоспроможність об'єктів промислової власності;
- невідповідність створюваних нематеріальних активів затвердженим в Україні пріоритетним напрямкам інноваційної діяльності;
- відсутність мотивації у підприємств до створення об'єктів інтелектуальної власності;

- недосконаліть механізму оподаткування об'єктів інтелектуальної власності;
- складність фізичного оформлення патенту чи ліцензії на створений об'єкт інтелектуальної власності.

Таким чином, використання нематеріальних ресурсів є важливою складовою діяльності підприємства. Від них залежить здатність підприємства конкурувати. Але необхідно пам'ятати, що необхідно діяти відповідно закону та не порушувати прав власності, а також пам'ятати про перешкоди на шляху створення власних нематеріальних ресурсів.

Список використаної літератури

1. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Л.І. Шваб. – К.: Каравела, 2004. – 568 с.
2. Daum J. H. Intangible Assets and Value Creation / Juergen H. Daum. – England: John Wiley & Sons Ltd, 2003 – 421 p.
3. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник / С.Ф. Покропивний. - К.: КНЕУ, 1999.

Єрмак Світлана Олександрівна.
к.е.н., доцент
Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Шелевер Аліна Миколаївна,
студентка 3 курсу групи ФІН-15,

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В сучасних умовах господарювання діяльність та розвиток вітчизняних підприємств супроводжується різноманітними ризиками та загрозами, передбачити які інколи надто важко. Здатність ефективно впливати на ризики дозволяє підприємству успішно функціонувати, підтримувати фінансову стійкість та прибутковість.

Також підприємствам необхідні своєчасне врахування чинників ризику при прийнятті управлінських рішень й кваліфікована організація процесу управління ризиковою ситуацією, що спрямована на забезпечення адаптації

діяльності підприємства до мінливих умов зовнішнього та внутрішнього середовища [1].

Теоретичні та практичні аспекти економічних ризиків підприємств досліджували відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: Р. Баззел, Т. Бачкаї, У. Кінг, Д. Клиланд, Е. Мушик, П. Мюллер, Г. Марковіц, М. Петерс, М. Таїль, Р. Хизрич, У. Шарп.

Проте, на сьогодні немає однозначного розуміння сутності ризику. Це пояснюється, зокрема, багатоаспектністю цього явища, практично повним ігноруванням його вітчизняним господарським законодавством у реальній економічній практиці й управлінській діяльності. Крім того, ризик – це двовимірна величина, що характеризує ймовірність і обсяг втрат, викликаних невизначеністю, яка супроводжує діяльність організації [2].

Для ефективного управління ризиками, підприємства найчастіше приймають нетрадиційні та сміливі рішення, що теж загострює рівень економічного ризику. За зазначених умов підприємствам доцільно не уникати ризику, а намагатися правильно оцінювати його ступінь і ефективно управляти ним з метою обмеження.

В умовах реформування економіки управіння ризиком є складним процесом, який включає багато чинників та складається з чотирьох блоків (рис. 1).

У рамках наданих блоків з метою ефективного управління доцільно дотримуватися чотирьох послідовних етапів.

На першому етапі «Формування цілей у відповідній сфері діяльності підприємства» визначається масштаб рівня ризику, суб'єкти і об'єкти ризику, спрямованість заходів щодо зниження ризиків, формуються задачі.



Рис.1. Процес управління ризиком

На другому етапі «Визначення критеріїв оцінки різних заходів по управлінню ризиком» обирають оптимальні заходи щодо скорочення або

запобігання ризиків, які би були спрямовані на їх досягнення. До початку вибору заходів щодо управління ризиком потрібно вирішити, за допомогою яких критеріїв оцінювати вибирані заходи. Необхідною умовою вибору переважної більшості заходів щодо управління ризиком є їх технологічна і економічна здійснимість.

На третьому етапі «Вибір і аналіз заходів по досягненню визначених цілей» аналізуються заходи щодо управління ризиком.

На четвертому етапі «Вибір найбільш адекватних заходів і контроль результатів їх виконання» проводиться постійний контроль виконання різних етапів робіт. При проведенні контролю результатів робіт треба враховувати:

- відповідність вибраних показників контролю меті і задачам здійснюваних заходів;
- проведення контролю результатів робіт через певний проміжок часу;
- проведення контролю всіх аспектів проведення заходів (експозиції, ризику, економічних показників і т.п.);
- використання показників відповідного масштабу [3].

Таким чином, результати кожного етапу стають вихідними даними для подальших етапів, утворюючи систему прийняття рішень зі зворотним зв'язком. Така система забезпечує максимально ефективне досягнення цілей, оскільки знання, що отримується на кожному з етапів, дозволяє коригувати не тільки методи впливу на ризик, але і самі цілі управління ризиками.

Список використаної літератури

1. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: Навчальний посібник / Л.І. Донець. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 312 с.

2. Наконечний С.І. Ризик у менеджменті / С.І. Наконечний - К.: Борисфен-М, 2003. - 336 с.

3. Управління ризиком на підприємстві в сучасних умовах господарювання – [Електронний ресурс] : - http://studopedia.com.ua/1_228453_upravlinnya-rizikom-na-pidpriiemstvi-v-suchasnih-umovah-gospodaryuvannya.html.

Зачосова Наталя Володимірівна
к.е.н., доцент, професор кафедри
менеджменту
Маліновська Марина Віталіївна
магістрант
та економічної безпеки
Черкаський національний університет
ім. Б. Хмельницького

СПЕЦИФІКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку економіки країни, де постійно прогресує конкуренція, рейдерство, а також політичні негаразди і безлад в державних нормативних актах, такого як часте введення нових Законів в силу, або ж змінення чи припинення вже існуючих Законів України – спонукають кожного року все більше приділяти уваги питанню захисту суб'єктів господарювання.

Економічна безпека підприємства - це стан захищеності діяльності підприємства від негативного впливу зовнішнього середовища, а також здатність швидко запобігати різним загрози або пристосовуватися до існуючих умов. Зміст цього поняття включає систему прийомів, які забезпечують конкурентостійкість і економічну стабільність підприємства, а також сприяють підвищення рівня добробуту працівників. З цього, кожного року питання захисту суб'єктів господарювання та формування дієвої системи економічної безпеки суб'єктів господарювання набуває особливої актуальності.

Загрозу економічній безпеці представляє сукупність факторів і умов, які створюють небезпеку економічним інтересам і діяльності підприємства і галузі в цілому. Одними з основних дестабілізуючих факторів, які можуть становити загрозу економічній безпеці є [1, с.102-103]:

Виробничо-технологічна структура галузі: структурна деформація галузі, зміна галузевої структури виробництва в бік підвищення її енергоємності і матеріаломісткості, підвищення рівня іноземного капіталу.

Виробничий потенціал: підвищення ступеня зносу основних фондів, руйнування системи відтворення виробничого потенціалу, перехід фахівців і працівників зі сфери своєї професійної діяльності в інші види.

Технологічний рівень: відсталість технологічної бази галузі; застаріла технологія виробництва; наявність технологічно небезпечних виробництв.

Науково-технічний потенціал: руйнування науково-технічного потенціалу; припинення проектно-конструкторських робіт; втрата унікальних проектних шкіл.

Інноваційно-інвестиційні процеси: деградація інноваційно-інвестиційного процесу; низька інвестиційна привабливість галузі.

Потрібно зауважити, що система економічної безпеки кожного підприємства індивідуальна, тому потрібно вивчати специфіку та особливості того чи іншого суб'єкта господарювання.

У загальному вигляді дослідження економічної безпеки на рівні підприємств вимагає подальшого аналізу з метою вивчення нових варіантів пошуку існування на ринку. Остаточний вибір щодо використання того чи іншого підходу або окремих його складових залишається за кожним підприємством і залежить від таких чинників, як розвиток підприємства, види діяльності, амбіції власників тощо [2, с.39].

Відзначимо, що трактування економічної безпеки залежить від позицій її функціонування - статичної чи динамічної, зовнішньої або внутрішньої, на рівні країни або підприємства.

Отже, своєчасне і можливо найбільш повне вирішення зазначених проблем дозволить посилити економічну безпеку підприємств і, як наслідок, призведе до подолання кризових явищ і поліпшенню економічної ситуації на рівні підприємства і в країні в цілому.

Список використаної літератури

1. Гапоненко В.Ф., Беспалько А.Л. Подходы и принципы / В.Ф. Гапоненко, А.Л. Беспалько. – Москва : Ось-98, 2007. – 208 с.

2. Шемаєва, Л. Г. Економічна безпека підприємств у стратегічній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища : автореф. дис. д-ра екон. наук : 21.04.02 / Шемаєва Людмила Григорівна. – К. : Вищій навчальний заклад Університет економіки та права «КРОК», Київ – 2010. – С. 39.

Зубко Тетяна Леонідівна
к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки та фінансів підприємства
Київський національний торговельно-економічний університет
Тітов Дмитро Олександрович
магістр

ЗМІСТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ РІВНОВАГОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Управління фінансовою рівновагою промислового підприємства є комплексним процесом, основними складовими якого є процедури управління

фінансовими результатами господарської діяльності та потоками грошових коштів підприємства, які спрямовані на забезпечення стійкого підвищення ефективності господарської діяльності, рівня прибутковості, платоспроможності, фінансової стійкості та забезпечення збалансованості між надходженням економічних вигод та грошових коштів на підприємстві. [1]

Виходячи з вищесказаного пропонується розглядати управління фінансовою рівновагою підприємства в контексті управління результатами господарсько діяльності та грошовими потоками.

Зміст управління надходженням грошових коштів включає в себе:

1. Визначення переліку вхідних грошових потоків. Для здійснення управління грошовими потоками необхідно визначити основні статті надходження грошових коштів на підприємство.
2. Визначення обсягу і періодичності надходження коштів. Даний етап у процесі управління грошовими надходженнями дасть відповідь на питання «скільки коштів і коли вони надходять на підприємство?». Отримані дані дозволять вдало спланувати платіжний календар на наступний період та можуть бути використані при подальшому фінансовому плануванні
3. Аналіз факторів, що впливають на формування окремих грошових потоків в абсолютних сум і часі. Крім визначення абсолютних показників, які відображаються у звітності підприємства також до уваги необхідно взяти той факт, що на грошові надходження на підприємство впливають різноманітні фактори, такі як платоспроможність дебіторів, валютні коливання, політична ситуація, правове поле здійснення діяльності, та інше
4. Контроль за формуванням грошових потоків і прийняття рішень щодо їх управління. Процес управління грошовими потоками завжди здійснюється в динаміці, тому залежно від ситуації необхідно приймати управлінські рішення, щодо стабілізації грошових надходжень.

Основними завданнями управління вхідних грошових потоків є:

1. Збільшення кількості вхідних грошових потоків та якісна оптимізація їх структури
2. Прискорення в часі надходження коштів від інших суб'єктів господарювання
3. Збільшення абсолютної суми грошових потоків
4. Зниження витрат підприємства, пов'язаних з надходженням грошових коштів.
5. Забезпечення стабільного фінансового стану підприємства, підвищення ефективності його роботи
6. Забезпечення можливості миттєвого отримання кредиту та оптимізація структури капіталу.
7. Підтримка зацікавленості акціонерів у фінансування діяльності.

Процес управління вихідними грошовими потоками здійснюється наступним чином:

1. Визначення переліку вихідних грошових потоків і джерел їх формування. Як і з надходженнями, при здійсненні управління вихідних грошових потоків, необхідно визначити основні статті витрачання та вибуття грошових коштів з підприємства.

2. Визначення абсолютних величин. В даному випадку також визначаються основні обсяги та періодичність витрачання грошових коштів.

3. Аналіз факторів, що впливають на формування окремих грошових потоків в абсолютних сумі й часі. Аналогічно процесу управління вхідними грошовими потоками, необхідно враховувати різноманітні фактори, які впливають на їх витрачання.

4. Визначення впливу грошових потоків на поточний фінансовий стан підприємства, а також кінцеві результати фінансово-господарської діяльності. На даному етапі необхідно визначити, як вихідні грошові потоки впливають на основні показники підприємства, такі як ліквідність, фінансова стійкість, платоспроможність, тощо.

5. Контроль за формуванням грошових потоків і прийняттям рішень щодо їх управління. Процес управління вихідними грошовими потоками також здійснюється у динаміці, тому для цього потрібен постійний контроль та своєчасні рішення щодо стабілізації вихідних грошових потоків.

Основні завдання управління процесом витрачання грошових коштів це:

1. Скорочення абсолютного обсягу вихідних грошових потоків та оптимізація їх структури.

2. Дотримання або збільшення термінів оплати рахунків суб'єктів господарювання.

3. Скорочення обсягів попередньої оплати рахунків суб'єктів господарювання.

4. Оптимізація графіків розрахунків за кредитними зобов'язаннями.

5. Використання за необхідності допоміжних засобів або механізмів розрахунків.

6. Зменшення коефіцієнта дивідендних виплат.

7. Рівномірне формування грошових потоків у часі тощо.

Управління доходами за центрами відповідальності здійснюється за принципом визнання зон індивідуальної відповідальності. Центр відповідальності може бути визначений як сегмент підприємства, де керівник відповідає за роботу сегмента. Як правило, на підприємстві можна виділити три центри відповідальності [2]: центр витрат, центр прибутку або доходів, центр інвестування.

Управління витратами на підприємстві передбачає виконання всіх функцій, що притаманні управлінню будь-яким об'єктом: розробку, прийняття й реалізацію рішень, а також контроль за їх виконанням.

Система управління витратами повинна відповідати наступним цілям:

1) аналіз витрат ресурсів, споживаних найважливішими видами діяльності, для виявлення причин виникнення окремих витрат;

2) ідентифікація та усунення витрат, що не додають цінності, тобто витрат тих видів діяльності, які можуть бути усунені без шкоди якості та корисності продукту;

3) постійний пошук можливостей зниження витрат і економії коштів;

4) прийняття рішень, націлених на підвищення конкурентоспроможності продукції;

5) визначення ефекту та ефективності всіх основних видів діяльності, представлених на підприємстві;

6) ідентифікація та оцінка нових видів діяльності. [3]

В управлінні витратами використовують різноманітні методи управління, а саме: директ-костинг (direct-costing), стандарт-кост (standard-cost), таргет-костинг (target-costing), абзорпшен-костинг (absorption-costing), кайзен-костинг (kaizen-costing), CVP-аналіз, кост-кілинг, бенчмаркінг витрат, LCC-аналіз, метод EVA тощо.

Список використаних джерел

1. Скалюк Р. Управління фінансовою рівновагою промислових підприємств [Текст] / Р. Скалюк // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2013. – № 4. – С. 37─44

2. Тридід О. М. Принципи та підходи до управління доходами підприємств // Бізнес Інформ. – 2012. – №9. – С. 209–211.

3. Шутько Т.І. Економічна сутність управління витратами підприємства / Т.І. Шутько // Ефективна економіка. – 2014. - № 12. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3681.

Зубко Тетяна Леонідівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки та фінансів підприємства
Київський національний торговельно-економічний університет
Голоднюк Тетяна Сергіївна
магістр

СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Глобалізаційні та інтеграційні процеси, особливістю яких є високий ступінь невизначеності міжнародного середовища діяльності підприємств,

зумовлюють відповідність системи управління підприємством умовам ринкової системи господарювання. Нестабільна політична і соціально-економічна ситуація в країні посилюють ступінь ризику прийняття рішень і функціонування підприємств загалом.

В сучасних умовах одним із вагомих факторів, що обумовлює економічну стратегію і тактику підприємства, є вплив зовнішнього середовища. Основною базовою умовою побудови ефективної економічної безпеки підприємства є нормативна та законодавча база.

У 2003 році в Україні був прийнятий Закон України «Про основи національної безпеки України», в якому висвітлені основні положення щодо забезпечення безпеки на рівні держави: захист національних інтересів і гарантування в Україні безпеки особи, суспільства і держави від зовнішніх і внутрішніх загроз в усіх серах життєдіяльності. Правову основу у сфері національної безпеки України становлять Конституція, міжнародні договори, а також інші нормативно – правові акти [1].

Економічна безпека підприємства в цілому – комплексна характеристика, що включає в себе ступінь захищеності усіх видів потенціалу підприємства від загроз внутрішнього та зовнішнього середовища, що є гарантом стабільності та ефективного розвитку.

Суттєво впливає на економічну безпеку вітчизняних компаній небезпека захоплення іноземними інвесторами контрольного пакету акцій найбільших національних підприємств. Володіння контрольним пакетом акцій дозволяє іноземним інвесторам зупинити виробництво конкурентоспроможної продукції та внаслідок цього унеможливити вихід не тільки на міжнародний ринок, а також і на вітчизняний ринок. [2]

Криміналізація багатьох сфер життя суспільства, корумпованість чиновників, загрози особистій безпеці також мають значний вплив на економічну безпеку суб'єктів господарювання.

Система забезпечення економічної безпеки підприємства включає в себе відповідну концепцію щодо завдання, основної мети, принципу діяльності, об'єкта та суб'єкта, стратегію і тактику. Метою системи забезпечення економічної безпеки компанії є зведення до мінімуму впливу зовнішніх та внутрішніх загроз на економічну діяльність суб'єкта господарювання, а також на матеріальні, фінансові, кадрові ресурси на основі розроблених заходів правового та організаційного характеру. [3, 4]

Система економічної безпеки підприємства – це структурований комплекс стратегічних, тактичних та оперативних заходів, спрямованих на захищеність підприємства від зовнішніх та внутрішніх загроз та на формування унікальних здатностей протистояти їм в майбутньому. В основу механізму забезпечення економічної безпеки покладено вдосконалену принципову схему, яка припускає наявність *трьох базових компонентів:* інтереси, загрози як чинники, що створюють небезпеку реалізації інтересів, і система заходів, направлених на усунення загроз, їх прогнозування, своєчасне попередження і профілактику.

Рівень економічної безпеки суб'єкта господарювання визначається ефективними діями його керівників. Ефективність цих дій вимірюється спроможністю уникнути можливих загроз і усунення шкідливих наслідків певних негативних складових середовища, в якому функціонує підприємство.

Основними причинами негативних дій щодо економічної безпеки підприємства є: стан фінансової кон'юнктури на ринку, де здійснює свою діяльність підприємство; форс мажорні обставини та свідомі, несвідомі дії певних посадових осіб, конкурентів та суб'єктів господарювання [4].

Основні цілі економічної безпеки підприємства включають в себе: забезпечення повної технологічної незалежності суб'єкта господарювання, досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності технічного потенціалу компанії, кваліфікації персоналу; забезпечення фінансової стійкості та автономності підприємства; створення ефективної організаційної структури управління підприємством.

Система заходів, що запобігають ризикам економічній безпеці підприємства ґрунтуються на аналізі контрагентів, умов договорів, дотриманні правил роботи щодо конфіденційності інформації, захисту комп'ютерних систем. Таку діяльність необхідно здійснювати регулярно, для забезпечення надійного захисту економічної безпеки за рахунок постійно функціонуючої системи організаційних заходів.

Проте навіть комплексна система запобіжних заходів не має змоги повністю передбачити і, тим більше відразу подолати нестандартні загрози, які раптово виникають та які можуть завдати шкоду суб'єкту господарювання.

Перед кожним суб'єктом господарювання виникає проблема власної економічної безпеки – причому не тільки під час кризи, але і під час стабільної діяльності. До однієї з цілей моніторингу економічної безпеки належить діагностика його стану за показниками, що враховують специфічні особливості галузі, що найбільш характеризують підприємство і такі, які мають для нього важливе стратегічне значення.

Вітчизняний бізнес характеризується регулярною конкуренцією та боротьбою між компаніями. Не існує так званих постійних «правил» для партнерів, і в певній мірі, для держави. Суб'єкти господарювання, які функціонують у такому середовищі постійно пристосовуються до недосконалості законодавства, браку працівників високої кваліфікації, відсутності нового обладнання, дефіциту грошових коштів.

Ресурсним забезпеченням надійного існування чи прогресивного розвитку підприємства є: персонал підприємства, матеріальні, а також інтелектуальні, тобто інформаційні ресурси. Об'єкт - суб'єкт системи забезпечення економічної безпеки підприємництва між собою є тісно взаємопов'язаними. Об'єктом системи в цілому виступає економічний стан підприємства у поточному періоді і на перспективу.

До об'єктів захисту належать: фінансові ресурси, матеріальні ресурси, інформаційні ресурси, кадрові ресурси. Суб'єктом , що має найбільше значення

для діяльності підприємства та забезпечує захист його економічної безпеки є служба власної економічної безпеки [2].

Економічна безпека підприємства, її управління обов'язково має ґрунтуватися на цілях успішного функціонування чи розвитку підприємства за усіма сферами його діяльності та впливу, а не на принципі максимізації прибутку. Ефективне управління всіма складовими економічної безпеки підприємства, такими як фінансова, техніко-технологічна, інтелектуальна, екологічна, кадрова, політико-правова забезпечить високий рівень захищеності суб'єкта господарювання.

Список використаної літератури

1. Про основи національної безпеки України: Закон України від 19 червня 2003 року № 964 - IV // ЗЗУ. – 2003. – № 8. – С. 55.
2. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк.– К. : Эльга, Ника-Центр, 2004.– 784 с.
3. Зубко Т.Л. Методика визначення економічної безпеки підприємства / Т.Л. Зубко // Економіка. Менеджмент. Бізнес: ДУТ, Київ-2016 - №2(16), С. 69-76.
4. Папехин Р. С. Индикаторы финансовой безопасности предприятий / Р. С. Папехин. – Волгоград: Волгоградское научное издво, 2007. – 16 с.

Зубко Тетяна Леонідівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та фінансів підприємства
Київський національний торговельно-економічний університет
Шкваровська Яна Геннадіївна
магістр

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Економічна безпека підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки є важливою компонентою національної безпеки країни. Захищеність економічних інтересів підприємств забезпечує їх стале функціонування та розвиток, сприяє формуванню конкурентного середовища та передумов інвестиційної активності. Нині для України набуває особливої актуальності вирішення проблем підприємництва, а саме вирішення проблем малих та середніх підприємств (МСП) та формування стратегії їх розвитку у контексті нинішньої інтеграції України до ЄС.

Важливість зміцнення економічної безпеки для МСП виникає внаслідок наступних причин [1, с. 842]:

- недостатньо керованого державою процесу формування цього сектора;
- рівня забезпеченості матеріальними і фінансовими ресурсами;
- наявності значної частки збиткових або фінансово нестійких підприємств;
- недосконалого конкурентного середовища;
- проявів монополізму, корупції у відносинах "бізнес-влада";
- надмірно високого рівня криміналізації і тінізації господарювання.

Перелік індикаторів економічної безпеки підприємництва формується за складниками згідно системи економічної безпеки держави за такими групами: макроекономічна, фінансова, зовнішньоекономічна, інвестиційна, науково-технологічна, виробнича. Детальний перелік індикаторів включає в себе стимулятори та де стимулятори [2, с. 79 - 124].

Більшість показників розвитку МСП в Україні протягом останніх років покращуються, що свідчить про підвищення рівня безпеки підприємництва у нашій країні. За стандартами ЄС, частка малих та середніх підприємств (із кількістю працюючих до 250 осіб) має складати більше 99% загальної кількості підприємств країни. Це є однією з умов, які мають виконати країни – кандидати на вступ до ЄС. Що стосовно України, то в 2016 році за показником частки малого та середнього бізнесу в загальній кількості підприємств цей показник сягнув 99,9% (4,4 % - середні підприємства, 95,5% - малі підприємства) , а це означає – Україна вже перебуває на загальносвітовому рівні [3].

На початку 2016 року в Україні налічувалось 1973 тис. суб'єктів малого і середнього підприємництва (проти 1932 тис. в попередньому році), з яких 1,63 млн. фізичних осіб-підприємців і 343 тис. юридичних осіб-підприємців. Найбільша кількість малих і середніх підприємств традиційно зосереджена в м. Києві – 25%, Дніпровській – 11,2%, Харківській – 6,7%, Львівській – 5,5%, Київській – 5,5%, Одеській – 5,2% областях [3].

За видами економічної діяльності в структурі малих і середніх підприємств найбільша їх частка (27%) займалась оптовою та роздрібною торгівлею і ремонтом автотранспортних засобів, 14% – сільським, лісовим або рибним господарством, 12% – промисловим виробництвом, 9,5% – операціями з нерухомим майном, 9% – будівництвом, 8,5% – професійною та науково-технічною діяльністю, 4,5% – транспортом, складським господарством, 4,5% – адміністративним обслуговуванням, 4% – інформацією та телекомунікаціями [3]. При цьому найвищий рівень економічної безпеки підприємництва спостерігається у торгівлі та будівництві. Найнижчий рівень економічної безпеки виявлено у таких галузях, як операції з нерухомістю та сільське господарство[1, с. 843].

Узагальнюючи, можна зазначити, що за кількісними оцінками розвиток цього сектору економіки практично відповідає європейським показникам. Разом з тим, за якісними показниками вітчизняне підприємництво значно

відстає від європейського стандарту. І не лише за показником якості самої продукції, але й за його внеском у розвиток економіки, за рівнем продуктивності праці, наявністю економічно доцільних створюваних робочих місць і соціальних гарантій тощо. У країнах ЄС малі і середні підприємства створюють 50 – 70% внутрішнього валового продукту. Тоді як в Україні такий показник майже в чотири рази нижчий [5]. Незначними є обсяги виробництва та реалізації продукції; зменшується частка досліджуваного сектора економіки в обсягах реалізованої продукції (наданих послуг) та частка діючих підприємств, зростає частка збиткових; погіршуються показники ефективності фінансово-господарської діяльності та використання ресурсного потенціалу; низьким є рівень заробітної плати, особливо на малих підприємствах приватної форми власності; значна частина підприємств функціонує в тіньовому та напівофіційному секторах ринку; невисоким є рівень інвестиційної активності[4].

Таким чином, в умовах сьогодення досить гостро постала проблема державного регулювання діяльності малого і середнього підприємництва. Європейський ринок вимагає більш високого рівня кількісного та якісного розвитку підприємств, тому важливим аспектом стають проблеми державних механізмів впливу на МСП і їх здатність забезпечити сталий розвиток підприємств в умовах євроінтеграції [6, с.307] .

На основі наведеного, можна зробити висновок про недосконаліть економіко-правового бізнес-середовища в Україні, яке не гарантує належного захисту економічних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності. Це є також об'єктивною перешкодою на шляху формування і зміцнення засад демократичного устрою, розвитку середнього класу, підвищення рівня та якості життя в Україні, її регіонах і, як наслідок, – підриває базові засади національної економічної безпеки.

Список використаної літератури

1. Баженова О.В. Аналіз стану економіки України в контексті її економічної безпеки // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: сб. научн. трудов. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2004. – С. 839-845.

2. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення. Моногрпфія. - Львів: Арал, 2008. – 384 с.

3. Інтернет-ресурс Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.\

4. Проблеми малого та середнього бізнесу в Україні та шляхи їх подолання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com /12631113/ekonomika/problemi_malogo_biznesu_ukrayini_shlyahi_podolannya

5. Сподівання на зростання частки малого і середнього бізнесу України до 25% ВВП – [Електронний ресурс] -, Режим доступу :

http://news.bigmir.net/business/717583-Kabmin-spodivaetsya-na-zrostannya-chastki-malogo-i-serednogo-biznesy-do-25-VVP---

6. Україна на шляху до європейської інтеграції: економічна безпека, переваги вибору / За ред. В. М. Нижника. – Хмельницький: ХНУ, 2008. – 307 с.

Линенко Андрій Володимирович
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Запорізький національний університет
Куліченко Роман Костянтинович
магістр
Запорізький національний університет

ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ОБ'ЄДНАНЬ ПІДПРИЄМСТВ

Проблема розробки концепції управління персоналом в об'єднання підприємств (холдингах, концернах, асоціаціях тощо [3, ст. 119]) є актуальною сьогодні з декількох причин. По-перше, системи мотивації та стимулювання, орієнтовані на виконання функціональних обов'язків, останнім часом не дають того ефекту, який спостерігався за планової економіки. Це зумовлене тим, що змінилася система цінностей, персонал прагне одержувати винагороду не за посаду, а за кваліфікацію. Все це змушує керівників змінювати підходи до мотивації, орієнтуючи їх на досягнення запланованих результатів кожним працівником.

По-друге, в межах об'єднань підприємств існують суттєві відмінності як між материнською та дочірніми компаніями, так і серед дочірніх компаній, зумовлені різною галузевою приналежністю, специфікою продукції, що випускається, стадією життєвого циклу дочірніх компаній, а також іншими причинами.

Сьогодні в науці управління накопичено великий багаж щодо вивчення мотивації трудової діяльності, мотиваційних потреб та інтересів працівника як основи мотиваційного механізму. Крім досліджень класиків мотиваційного менеджменту, особливої уваги заслуговують праці таких вітчизняних науковців, як А.О. Азарової, О.А. Ковальчук [1], О.М. Бодарецької [2] та ін.

Водночас відкритим залишається питання щодо вирішення проблем мотивації та стимулювання персоналу об'єднань підприємств.

Організаційна структура управління виступає важливим чинником

діяльності персоналу об'єднань підприємств [6, с. 44]. Так, об'єднання складається з декількох підприємств, які можуть розташовуватися в різних регіонах (районах, областях). Це істотно ускладнює процес управління кадрами в цілому, а також утворює низку проблем з мотивації персоналу в силу факторів, притаманних тому чи іншому регіону.

У великих об'єднаннях виконання всіх стратегічних кадрових завдань покладено на окремий підрозділ або департамент [5, с. 109]. Водночас, у кожного підприємства – учасника об'єднання зазвичай існує власний відділ управління персоналом, який функціонально взаємодіє з департаментом по роботі з персоналом. В силу особливостей кожного учасника об'єднання важко забезпечити узгоджене та ефективне управління мотивацією працівників.

Наявність багаторівневої організаційної структури призводить до того, що персонал розуміє кар'єру як підвищення у посаді, а не розширення та ускладнення функціональних обов'язків, зростання професійності та підвищення заробітної плати. Через це стимулювання та мотивація можуть мати однобічний характер.

Чим крупніше об'єднання, тим різноманітніше професійний склад його працівників, звідси складніше розробити критерії оцінки ефективності праці кожного працівника у порівнянні з іншими для дотримання принципу справедливості в системі оплати праці. Підрозділу з управління персоналом непросто підібрати методи й інструменти управління таким колективом в цілому та його стабільністю зокрема. Ускладнюється застосування соціально-психологічних методів управління (впливу на поведінку – переконання, наслідування та спонукання), психологічних методів, спрямованих на регулювання стосунків між людьми шляхом активного підбору та розміщення персоналу (наприклад, соціометрія).

Крім того, кожен працівник (в різних учасниках об'єднання) має індивідуальні мотиви й цінності, тому великі організації, маючи значну чисельність персоналу, часто нівелюють окремого працівника.

З одного боку, цю проблему може розв'язувати штатний розклад, але цей спосіб не підходить компаніям із матричною або дивізіональною організаційною структурою, коли підрозділи можуть створюватися під конкретний проект або продукт. У цьому зв'язку постає проблема орієнтації на індивідуальні характеристики посади та диференціації мотиваційних факторів.

Має також місце високий ступінь бюрократичності у кадрової роботі. В об'єднаннях підприємств діє велика кількість документів та регламентів. З одного боку, це розвиває уніфікований підхід до роботи, а з іншого – робить систему управління персоналом менш гнучкою. Вона повільніше реагує на зміни, що відбуваються в окремих учасників. Цьому сприяє також низька швидкість проходження розпоряджень, що негативно впливає як на дисципліну працівників в цілому, так і на інформованість персоналу зокрема.

Саме в управлінні персоналом для об'єднань підприємств актуальна проблема корпоративного брендингу [4, с. 81], тобто усвідомлення кожним

співробітником своєї приналежності до холдингу в цілому, а не до окремої дочірньої чи материнській компанії. Ця проблема особливо актуальна в новостворених холдингах, де структура власності ще не впорядкована, але у власників уже є потреба в зміні мислення всіх співробітників.

У зв'язку з динамізмом економіки і постійними змінами в законодавстві, у корпоративних правилах, персонал об'єднань підприємств піддається значним впливам зовнішнього середовища. Це зумовлює плинність кадрів, зміни організаційних структур, вимоги до посад. У подібних ситуаціях дуже важливо для управління персоналом провадити грамотний і комплексний облік співробітників, що дає можливість більш чітко здійснювати кадрове планування, а також організацію праці.

Всі означені проблеми повинні братися до уваги при формуванні кадрових стратегій, як частини стратегічного планування об'єднань підприємств. Отже, об'єднання підприємств, на відміну від менш масштабних організацій, мають власні особливості управління, які впливають на побудову, ефективне функціонування та розвиток таких підсистем, як мотивація і стимулювання персоналу.

Список використаної літератури

1. Азарова А.О. Математичні моделі та методи управління мотивацією персоналу : Монографія / А.О. Азарова, О.А. Ковальчук. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 140 с.

2. Бодарецька О.М. Інноваційні технології мотивування персоналу машинобудівних підприємств : Дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / О.М. Бодарецька. – Львів, 2016. – 226 с.

3. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV : текст зі змін. станом на 2 серпня 2017 р. [Електронний ресурс] / Сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15. – Дата доступу : 06.10.2017.

4. Івашова Н.В. Формування бренд-орієнтованої системи управління комунікаціями промислового підприємства : Дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Н.В. Івашова. – Суми : СумДУ, 2010. – 232 с.

5. Чепурда Л.М. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств : Навч. посібник / Л.М. Чепурда. – К. : Професіонал, 2005. – 272 с.

6. Яненкова І.Г. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств : Навч. посібник / І.Г. Яненкова. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. П. Могили, 2013. – 220 с.

Красуленко Тетяна Григорівна
старший викладач кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

СЕКРЕТИ УСПІШНИХ ПІДПРИЄМСТВ: МОТИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Сучасний стан економіки України має, м'яко кажучи, не досить позитивні характеристики. Тому, українські підприємства змушені функціонувати не в найкращому політико-правовому середовищі. Можливість утримати підприємством свої позиції на ринку потребує комплексної кропіткої роботи, а досягти успіху - неабияких зусиль. Саме в сучасних умовах господарювання зростає значення реалізації потенціалу підприємства будь-то фінансового чи трудового, що і обумовлює актуальність нашого дослідження.

Науковці та практики завжди аналізуватимуть діяльність успішних підприємств та намагатимуться сформулювати свій «рецепт» успіху. То ж, і ми долучаємося до процесу пошуку секретів успішних підприємств та маємо за мету виявити хоча б один, можливо трішки відмінний від загальноприйнятих трактувань – мотиваційний аспект.

Його дослідження ґрунтується на вивченні кадрового потенціалу підприємства, що знайшло відображення у працях значної кількості науковців, серед яких: Балабанова Л.В., Банцер В.С., Григор'єва О.В., Краснокутська Н.С., Олесюк О.І., Теплов С.В., Федонін О.С., та інших.

У науковій літературі кадровий потенціал ототожнюють із людським капіталом та трудовим потенціалом. На нашу думку, трудовий потенціал є сукупністю здібностей та можливостей працівників підприємства забезпечувати досягнення цілей його функціонування. [1,3]

Відомо, що одні підприємства спалахують на бізнес-горизонті і так само швидко згасають, інші – функціонують десятиріччями. Пояснення такому явищу ми намагалися скласти, проаналізувавши досвід успішної мотивації співробітників найбільших компаній світу, серед яких за даними 2016 року, лідируючі позиції належать технологічним корпораціям: Appl (вартість якої у порівнянні із попереднім роком зросла на 13,7% до $145,9 млрд.), Googl ($94,2 млрд.), Samsung Group ($83,2 млрд.), Mikrosoft ($67,3 млрд.), Sony та інші. [6]

Звертаючись до теорії мотивації можна було би виділити декілька найбільш відомих теорій мотивації: теорія потреб Маслоу, «XY-теорія» Дугласа Макгрегора, 12-факторну модель Річі та Мартіна, теорію трудової мотивації Д. Аткінсона та інші. Пропонуємо розглянути систему мотивації Googl, що займає лідируючі позиції успішних компаній світу та, з 2009 року, очолює рейтинг кращих роботодавців за двофакторною теорією Ф. Герцберга. Сутність її

полягає у визначенні двох групи факторів: гігієнічні, що відповідають за відсутність незадоволення (політика компанії, взаємини у колективі, заробітна плата та гарантії, умови праці, особисте життя) та мотивуючі, що відповідають за задоволення працею (досягнення, визнання, відповідальність, професійне та службове зростання). Окреслені фактори повинні знаходитися у рівноважному стані, лише тоді працівники матимуть задоволеність роботою та мотивацію до підвищення її ефективності.

Розглянемо стандартний пакет Google [4, 6]:

Оплата праці. Достатньо високий рівень оплати праці, найвищий по галузі (у Facebook та Apple заробіток нижчий на 5-10 %).

Допомога при народженні дитини. Компенсація на харчування новонародженого протягом чотирьох тижнів перевищує $ 2000, додаткова відпустка триває до семи тижнів.

Здоров'я і спорт. Наявність медичного та пенсійного страхування; безкоштовний масаж. Відшкодування половини вартості велосипеда, якщо співробітник їздить на ньому на роботу.

Графік роботи. До 2011 року в Google діяла так звана програма «20 відсотків», в рамках якої програмісти-інженери могли використовувати 20% свого робочого часу на проекти, які не входять до їх обов'язки. Співробітник має право самостійно планувати свій робочий час та знаходження у офісі, головне -виконати завдання у строк.

Навчання та підвищення кваліфікації оплачується компанією.

Харчування - безкоштовне. Відстань від будь-якого місця в офісі до кухні не повинно перевищує 30 метрів.

Окремо варто відзначити внутрішній інтер'єр офісів, для розробки якого запрошуються кращі дизайнери та наявність великої кількість місць відпочинку.

Крім вже перерахованих існують й інші бонуси (безкоштовні пральні, компенсація частини вартості автомобіля із гібридним двигуном тощо.). Перераховувати їх можна довго, але висновок один - в Google люди можуть максимально зосередитися на роботі, яка є цікаво, а, відтак, також є мотиватором.

Отже, за теорією Ф. Герцберга, кількість заходів, спрямованих на мотивацію співробітників у Google відображає відсутність незадоволених своєю працею.

Перше місце успіху належить компанії Apple, хоча вона і поступається Google у якості кращого роботодавця. Спільного як і відмінного чимало. Так, до основи корпоративної культури **Apple** покладено правило створення відчуття приналежності кожного співробітника до «покращення світу», адже це робота у колі інтелектуалів та креативных особистостей. При заробітній платі нижчій, ніж у Google, платному харчуванні та відсутності значної кількості додаткових мотиваційних заходів, плюсів також багато. Серед них – забезпечення навчання та підвищення кваліфікації кадрів, можливість професійного зростання,

відсутність бюрократії та відмінна організація управління, забезпечення комфортних робочих місць та зон відпочинку, колективне дозвілля, безкоштовні фрукти (яблука), транспортні витрати за рахунок компанії (трансфер) тощо. Останнім досягненням є додаткова фінансова мотивація, котра з 2017 року підкріплена внутрішнім розміщенням акцій компанії. Отже, мотивація зростає –чим кращими є справи компанії, тим вищі доходи у співробітників.

Таким чино, проаналізувавши одне із джерел фінансових витрат найбагатших компаній світу, можемо зробити висновок, що значна частина коштів спрямовується на реалізацію мотиваційного аспекту. Це повною мірою відображає і секрети фінансового успіху багатьох заможних людей світу – інвестування коштів у себе (людський потенціал), адже висококваліфікований фахівець є здобутком для будь-якого роботодавця.

Крім того є й інші складові успіху, без яких мотивація втратила б свою актуальність. Зокрема це – наявність довгострокової мети та розробка шляхів її досягнення, аналіз наявних ресурсів, розробка та реалізація стратегічного плану розвитку та впровадження нововведень тощо.

Крім усього іншого, на нашу думку, мотивація має носити індивідуальний характер, адже багато в чому залежить від цінностей та особистих цілей працівника, що збігаються чи ні із цілями й пріоритетами компанії.

Враховуючи досвід провідних компаній світу та адаптуючи їх до українських реалій, можемо зробити висновок, що серед значного розмаїття моделей стимулювання та мотивації співробітників, найактуальнішим, на жаль, залишатиметься своєчасна виплата заробітної плати, яка, до того ж, ще й на 10 - 15 % перевищувала би середню ринкову. Цей метод не відзначається креативністю, але є реально працюючим.

Список використаної літератури

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом: підручник. / Л.В. Балабанова, О.В.Сардак. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.

2. Гривківська О. Проблеми мотивації праці управлінського персоналу/ О. Гривківська // Актуальні проблеми економіки. – 2009 - № 9.- С.126-133.

3. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навчальний посібник / Н.С. Краснокутська. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 352 с.

4. Отчего так хорошо работать в Googl? [Електронний ресурс] https://vablyk.com/875684-ot-chego-tak-xorosho-rabotat-v-apple-mneniva- otrudnikov/

5. Мотивация персонала или как это делает Google [Электронный ресурс] URL: http://www.plan-your-time.com/motivatsiya-personala-ili-kak-eto-delaet-google/ (дата обращения 09.02.14)

6. Офіційний сайт компанії Google [Електронний ресурс] URL: http://www.google.ru/about/company/ (дата звернення 09.02.14)

7. Яцишин Н. Персонал підприємства: кількісний і якісний аспект/ Н. Яцишин// Обліково-аналітичне забезпечення системи менеджменту пітприємства: тези відовідей паралельно науково-практичній конференції 23-24.10 2009р. Львів/ НУ Львівська політехніка та ін.- Львів: Вид-во: «Львівська політехніка», 2009.- С.176-178.

Муштай Валентина Анатоліївна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу СНАУ;
Малиш Інна Миколаївна, магістр

ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах розвиненої ринкової економіки ефективність діяльності будь-яких підприємств, у значній мірі залежить від результативності впровадженої маркетингової системи. Маркетинг, як одна із підсистем управління, здійснює активний вплив на діяльність підприємства, забезпечуючи покращення його показників і отримання високого кінцевого результату, а за умови правильного здійснення планування маркетингової діяльності, може, певною мірою, послабити негативний вплив навколишнього середовища на підприємство.

Протягом тривалого часу проблеми оцінки результативності привертали значну увагу дослідників і практиків. Так, на основі аналізу багатьох публікацій, можна виділити основні причини необхідності впровадження системи оцінки результативності стратегічного маркетингового планування: перспектива підвищення рівня маркетингової ефективності; обґрунтоване формування керівними ланками підприємств маркетингових бюджетів; оптимальне використання ресурсів; задоволення вимог та потреб керівництва в інформації щодо визначення величини внеску маркетингу у результативність фірми; покращення позицій маркетингу в підприємстві [57, с. 52 -53].

На сьогоднішній день українські підприємства відчувають гостру потребу впровадження інструментів вимірювання та оцінки стратегічно-маркетингових результатів. У наукових дослідженнях оцінки результативності стратегічного планування маркетингової діяльності провідних вітчизняних і зарубіжних учених можна виділити кілька основних напрямів: окреслення основних показників оцінки і пошук концептуальних моделей визначення результативності стратегічного планування; аналіз маркетингових активів як

фактора вартості компанії; вивчення результативності стратегічної маркетингової діяльності ґрунтуючись на окремих функціях маркетингу та ін.

Нами виділено велику кількість маркетингових показників, які можна було б апробувати для суб'єктів господарювання. Проте існує рядом проблем, пов'язаних із їх інтеграцією в систему оцінки результативності бізнесу, а саме: відсутність узгодженості між показниками, що призводить до виникнення труднощів при здійсненні процесу управління; відсутність взаємозв'язку між фінансовими результатами підприємств і показниками оцінки результативності; орієнтованість показників на короткострокову перспективу; відсутність взаємозв'язку між показниками операційного і стратегічного рівнів; неможливість розмежувати результати тільки стратегічного планування маркетингової діяльності від інших результатів функціонування підприємства; виникнення труднощів у процесі оцінки ефектів довгострокового характеру стратегічної маркетингової діяльності; відсутність фінансового вимірювання деяких показників оцінки

З метою систематизації всіх показників, за допомогою яких здійснюється оцінка результативності стратегічного планування маркетингової діяльності керівникам підприємств, доцільно використовувати схему побудови — «системи збалансованих показників». Основною перевагою даної концепції є те, що вона передбачає процес інтеграції показників фінансового та не фінансового типу з врахуванням зв'язків причинно-наслідкового характеру, які виникають між результативними показниками та факторами, які здійснюють вплив на їх формування [95, с. 263].

Вважаємо, що для кращого розуміння який результат очікувати при проведенні оцінки системи стратегічного планування маркетингової діяльності, керівникам та маркетологам підприємств необхідно визначити і ефективність маркетингових стратегій, які вони використовують в процесі свого функціонування. Кількісні показники, за допомогою яких можна здійснити оцінку ефективності маркетингової стратегії: коефіцієнт маркетингових витрат (витрати на маркетингові заходи до обсягу реалізованої продукції)- характеризує активність маркетингової діяльності підприємства; коефіцієнт еластичності маркетингових витрат (приріст обсягу реалізованої продукції за рахунок маркетингових заходів до приросту маркетингових витрат) - дозволяє оцінити вплив величини маркетингових витрат на зміну обсягів реалізації продукції (послуг); прибуток у розрахунку на одного залученого покупця (приріст чистого прибутку до приріст кількості споживачів, що придбали товари (послуги) підприємства за рахунок маркетингових заходів) - характеризує надходження додаткового прибутку за рахунок залученого одного споживача товару за рахунок маркетингових заходів; чиста рентабельність товарів, %. (чистий дохід від реалізації товарів (послуг) до чистого прибутку від реалізації продукції (послуг)) - характеризує прибутковість підприємства від реалізації товарів (послуг); темп приросту реалізованої продукції (наданих послуг) (обсяг реалізації без урахування маркетингових заходів до обсягу

реалізації з урахуванням маркетингових заходів) - характеризує нарощування обсягів реалізації за рахунок маркетингових заходів; рентабельність інвестицій в маркетинг (чистий прибуток від реалізації до приросту маркетингових витрат) - характеризує ефективність проведення маркетингових заходів та приріст чистого прибутку за рахунок вкладання кожної грошової одиниці на маркетингові заходи [57, с. 239].

При проведені оцінки результативності стратегічного планування маркетингової керівники підприємств і спеціалісти сфери маркетингу стикаються з рядом проблем. До них можна віднести: складність оцінки всіх довгострокових ефектів маркетингової діяльності; складність виділення результатів власне маркетингової діяльності, частково ці результати опосередковано втілюються в інших функціях і процесах; деякі маркетингові показники не мають фінансового вираження.

Важливим методичним аспектом здійснення аналізу результативності планування маркетингової діяльності на підприємстві має стати розробка алгоритму його проведення, що включатиме наступні етапи:

1.Формування системи показників та критеріїв оцінювання ефективності планування маркетингу за напрямами, що комплексно характеризують складові маркетингової діяльності підприємства;

2.Проведення безпосереднього аналізу маркетингової діяльності за обраними показниками ефективності;

3.Нормування фактичних значень показників і порівняння нормованих показників з одиницею для визначення резервів підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства;

4.На основі проведеного аналізу розроблення плану стратегічних і тактичних заходів підвищення ефективності як окремих елементів маркетингу[54, с. 43].

Таким чином, аналіз результативності планування маркетингової діяльності за основними напрямами оцінки витрат, функцій та неекономічних показників маркетингу з використанням економіко-математичних методів і моделей з чітко визначеним алгоритмом дозволить ефективно організовувати маркетинг на підприємстві, оцінювати досягнуті кінцеві результати маркетингової діяльності, а також приймати ефективні управлінські рішення щодо реалізації маркетингової діяльності підприємства загалом.

Список використаної літератури

1. Лукан О. Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства / О.Лукан // Вісник КНТЕУ. – 2014. - №5. - С. 41 -51
2. Мельник Н.В. Стратегічне планування маркетингової діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі України: дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук 08.00.03 / Мельник Наталії Валеріївни. – Л., 2014. – 239с.

3. Тимощук М.Р. Планування соціально-економічного розвитку підприємств:[монографія] /М.Р. Тимощук, О.Є. Кузьмін,Р.В. Фещур, Р.В. Шуляр, Н.Ю. Подольчак, І.Б. Олексів//. – К.:УБС НБУ, 2007. – 449 с.

Наконечна Катерина Віталіївна
к.е.н., доцент кафедри глобальної економіки
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Костюк Анна Олегівна
студентка

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧО-ТЕХНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Вигідне географічне положення, індустріально-аграрна структура економіки з розвиненою харчовою, хімічною, машинобудівною, металообробною, електроенергетичною та легкою промисловістю, сільським господарством, яке характеризується високою культурою землеробства і тваринництва, багата мінерально-сировинна база, розвинена соціальна інфраструктура і трудові ресурси дають широкі можливості для різностороннього розвитку виробничо-технологічного потенціалу та підвищення життєвого рівня населення Черкаської області.

Мета дослідження - проаналізувати сучасний стан виробничо-технологічного потенціалу Черкаської області, охарактеризувати основні перспективи його розвитку та надати рекомендації щодо його вдосконалення в умовах євроінтеграції.

Проблема розвитку виробничо-технологічного потенціалу України виявляється у працях таких вчених як: М.М. Колосовський, М.М. Баранський, П.М. Алампієв, Ю.Г. Саушкін, Л.М. Корецький, М.М. Паламарчук, Ф.Д. Заставний, М.Д. Пістун, О.І. Шаблій та інших.

Черкаська область розташована у центральній лісостеповій частині країни по обидва берега середньої течії Дніпра та Південного Бугу. Область на півночі межує з Київською, на півдні з Кіровоградською, на сході з Полтавською та з Вінницькою областю на заході. Простягнулася із південного заходу на північний схід на 245 км, із півночі на південь — на 150 км.

Черкащина відома не лише історичним минулим, але й сьогоденням – в першу чергу, завдяки розвинутому аграрно-промисловому комплексу. Займає територію 20,9 тис. кв. м., що складає 3,5% загальної території України.

За структурою економіки Черкаська область є індустріально-аграрною. Частка промисловості у структурі валової доданої вартості становить 23,9% (з них 0,7% – добувна), частка сільського господарства – 21,8%, оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів, тимчасове розміщення й організація харчування – 13,3%, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, інформація та комунікації – 8,2%, освіта – 7,5%, державне управління й оборона, обов'язкове соціальне страхування – 5,3%, охорона здоров'я та надання соціальної допомоги – 4,4%.

Агропромисловий комплекс області має потенціал до зростання обсягів валової продукції сільського господарства, забезпечення населення якісними продовольчими товарами.

Аграрне виробництво здійснюють 835 сільськогосподарських підприємств, які обробляють 65% від загальної площі ріллі, 1 208 фермерських господарств, які мають в користуванні більше 139 тис. га ріллі.

Для забезпечення інтенсивного розвитку аграрної сфери економіки, в області створена і досить динамічно розвивається хімічна, переробна і харчова промисловість, сучасне машинобудування. А відтак це слугує сприятливому інвестиційному клімату, розвитку партнерства у сфері бізнесу. Домінуючими галузями Черкащини є харчова промисловість та переробка продукції сільського господарства (39,9%), хімічна промисловість (29,6%), машинобудування (2,5%), легка промисловість (1,5%) [1]. Більш повний розвиток хімічної галузі можливе тільки за умови технічного вдосконалення виробничих потужностей виробництва. Порівняно з 2015 роком, економіка Черкаської області зросла на 10%. Проте, не дивлячись на досить значний потенціал, економіка Черкащини знаходиться на досить низькому рівні. Аналіз економічних умов господарювання в Черкаській області за останні 10 років свідчить про те, що економічний потенціал області перебував під впливом різноманітних кризових явищ, які обумовлювали темпи розвитку економіки регіону та позначилися на структурі економічного виробництва. Стан стагнації відчуває на собі більшість потужних підприємств регіону. Так, на найбільшому в часи радянського союзу підприємстві "Орізон" (м. Сміла), де у 80-ті роки минулого століття працювало 17 тисяч робітників, в даний час працює всього 1,5 тисячі. На черкаському "Роторі" наприкінці 20 століття працювало до 10 тис. чол., сьогодні ж воно збанкрутувало. На черкаському заводі телеграфної апаратури (ЗТА) працювало 6 тис. чол, тепер - 600. Як можна побачити, тенденція, яка утворилася після розпаду Радянського Союзу, коли високотехнологічні підприємства зупиняли свою діяльність, оскільки не були здатні ефективно здійснювати конверсію та дати роботу своїм працівникам, поглиблюється [2].

Отже, для того, щоб Черкаська область стала більш розвиненою необхідно: працювати для поліпшення та пропаганди інвестиційної привабливості регіону; забезпечити динамічний розвиток промисловості через раціональне використання виробничих потужностей промислових підприємств

та оновлення їх основних фондів; долучити науковий потенціал області для розробки та впровадження сучасних технологій; вдвоє зменшити рівень безробіття, утворюючи нові робочі місця.

Список використаної літератури

1. Вовканич С. Й., Цапок С. О. Регіональний демрозвиток: тенденції та парадокси // Україна в XX ст.: концепції та моделі економічного розвитку: Матеріали доповідей V Міжнарод. конгресу економістів. Львів, 2010. Z. 2. - С. 62.

2. Державна статистична служба України [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/.

3. К.В. Наконечна. Проведення національної регіональної політики в напрямі конвергенції регіонів в Україні. Науковий вісник НУБіП України. Випуск 247. – ВЦ НУБіП України. 2016. – 267 с.

4. Регіональна економіка: Навч. Посіб./ К.В. Наконечна, О.С. Яра. – К: ЦП «Компринт», 2013. – 568 с.

Нємєш Олександр Сергійович
аспірант кафедри міжнародних фінансів *ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

СТАНОВЛЕННЯ ТА МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ КРИПТОГРАФІЧНИХ ВАЛЮТ

Цифрова валюта «біткоїн» була представлена в 2009 р., проте зацікавленість широкого кола людей стала помітна лише в 2012 р. Через заявлену анонімність «біткоїн» та інші цифрові або криптографічні валюти часто порівнюють з готівкою. Однак, на відміну від готівки, ці валюти є суто цифровими і використовуються насамперед в Інтернеті. Цифрові валюти мають можливість конкурувати з іншими методами онлайн-платежів, таких як кредитні або дебетові картки та PayPal. Можливо, що «біткоїн» та інші цифрові валюти будуть мати значний вплив на валютні і платіжні системи, але зараз криптографічні валюти знаходяться на стадії народження. Існує багато запитань щодо їх економічної життєздатності а також потенційні ризики зумовлені недостатньою вивченістю питання функціонування глобального ринку криптографічних валют.

Хоча криптовалютний ринок складається з багатьох важливих елементів, ця робота обмежує його до чотирьох груп які, на нашу думку, є головними:

біржі, гаманці, платіжні компанії та «майнери» (від англ. «mining» – видобування). Біржі можуть бути використані для обміну криптовалют на інші криптовалюти та/або національні валюти, таким чином пропонуючи ліквідність і встановлюючи еталонну ціну. Гаманці – це засіб для безпечного зберігання криптовалюти. Сектор платежів складається з компаній, які надають широкий спектр послуг для полегшення здійснення криптовалютних платежів. Нарешті, сектор «майнерів» відповідає за підтвердження транзакцій та забезпечення глобального реєстру всіх транзакцій [1, с. 21].

Розглянемо детальніше кожен із зазначених секторів глобального ринку криптографічних валют. Біржі надають можливість користувачам купити або продати криптовалюту. Біржовий сектор є першим, що виник у криптовалютній галузі і залишається найбільшим сектором як з точки зору кількості компаній, так і кількості працівників. 73% малих бірж оперують однією або двома криптовалютами, в той час як 72% великих бірж забезпечують торгівлю двома або більше криптовалютами. Торгівлю «біткоїнами» забезпечують усі великі біржі, на другому місці знаходиться «ефір» (43% великих бірж), на третьому – «лайткоїн» (35% великих бірж). Біржові послуги поділяються на три категорії – біржі закупівель, брокерські послуги та торгові платформи. 72% малих бірж спеціалізуються лише на одному виді діяльності (найпопулярнішими є брокерські послуги), тоді як такий же відсоток великих бірж забезпечує багатовидову діяльність. Якщо проаналізувати список відомих та законно зареєстрованих бірж, їх географічна структура має такі показники: Азія (37%), Європа (27%), Північна Америка (18%), Південна Америка (14%), Африка (4%). Найбільша кількість зареєстрованих криптовалютних бірж знаходиться в Великобританії (18%), потім США (12%), Канада (6%), Китай (6%) [1, с. 29].

У середньому на одній біржі з криптовалютою працює 24 особи. Майже половина бірж має менше 11 працівників, 20% всіх бірж має менше 5 працівників (така тенденція найбільш проявляється в Південній Америці та Африці). Проте 9% бірж мають понад 50 працівників, а найбільші – близько 150 осіб [1, с.34].

Гаманці перетворилися з простих програм, що обробляють управління ключами, до складних додатків, які пропонують різні технічні функції та додаткові послуги, які виходять за рамки простого сховища криптовалюти.

Кожна криптовалюта має стандартний гаманець, яка включає в себе основну функцію – зберігання (наприклад, Bitcoin Core для Bitcoin, Mist браузер для Ethereum). Проте за різними причинами стандартний гаманець не використовується багатьма користувачами. У результаті в останні роки з'явилася велика кількість постачальників гаманців, які розробляються щоб полегшити зберігання і використання криптовалют. Ці гаманці варіюються від проектів з відкритим кодом, що розробляються програмістами-волонтерами, до тих, що створюються зареєстрованими корпораціями з венчурним капіталом [2, с. 4].

Майже половина всіх постачальників гаманців розташована в Сполучених Штатах та Великобританії. Якщо розбити за світовими регіонами, то Європа лідирує з 42% постачальників гаманців, за нею йде Північна Америка з 39%, а Азіатсько-Тихоокеанський регіон – 19%. Зареєстровані корпорації з обмеженою відповідальністю складають 85% постачальників послуг, а 15% – проекти з відкритим кодом. Загальну кількість гаманців можна оцінити, використовуючи кількість завантажень програмного забезпечення найбільших постачальників гаманців та стандартного гаманця «біткоїн». Загальна кількість гаманців зросла більш ніж у 4 рази з 8,2 млн у 2013 році до майже 35 млн у 2016 році [1, с. 52].

Платіжні компанії є шлюзами між користувачами криптовалютних систем і споживачами стандартної економіки, компаніями що поєднують національні валюти та криптовалюту. Хоча 79% платіжних компаній мають зв'язки з банківськими установами та мережами платежів, труднощі з отриманням та підтримкою цих відносин є найбільшою проблемою сектору. Азіатсько-тихоокеанські та латиноамериканські платіжні компанії зосереджені насамперед на місцевих користувачах, тоді як європейські та північноамериканські платіжні компанії мають значну частку користувачів у не місцевих регіонах.

Згідно з даними платіжних компаній виявлено, що 86% транзакцій використовують «біткоїн» як основний платіжний інструмент для транскордонних операцій.

Видобування (майнінг) криптовалют розвилося в короткий термін з захоплення, що здійснюється на персональних комп’ютерах у професійну й капіталомістку галузь з власним ланцюгом вартості. Ті, хто займаються видобуванням криптовалют на сьогодні заробили більше 2 млрд дол. США. Ці дані не включають доходи, які були отримано від продажу техніки для майнінгу [1, с. 89].

Усе частіше постає питання, чи можливе використання криптовалют в Україні, для відповіді на це питання в першу чергу необхідно розв'язати наступні ключові проблеми: при визначенні можливості створення і впровадження криптовалюта в українську економіку необхідно чітко визначити цілі її функціонування; визначити фактори, що впливають на створення та впровадження криптовалюта серед яких можна відзначити наступні шість: інституційна підтримка з боку держави; зацікавленість серед фізичних осіб у використанні криптовалюта; зацікавленість юридичних осіб в використанні нової форми електронних цифрових грошей; розвиток посередницьких платіжних сервісів; розвиток термінальної мережі; наявність доступної інформації за даною технологією; ввести шкалу для оцінки виявлених факторів; оцінити корисність виявлених чинників; проаналізувати поточну ситуацію; розробити різні сценарії впровадження і використання криптовалюти.

Список використаної літератури

1. Hileman G., Rauchs M. Global Cryptocurrency Benchmarking Study [Електронний ресурс] / Hileman G., Rauchs M. // Cambridge Centre for Alternative Finance. – 2017. – Режим доступу: https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2017-global-cryptocurrency-benchmarking-study.pdf

2. Gandal N., Halaburda H. Competition in the Cryptocurrency Market [Електронний ресурс] / Gandal N., Halaburda H. // Bank of Canada Working Paper. – 2014. – Режим доступу: http://www.bankofcanada.ca/wp-content/uploads/2014/08/wp2014-33.pdf

Порудєєва Тетяна Володимирівна,
к.е.н, доцент
кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності підприємств *МНУ ім. В.О.* Сухомлинського
Порудєєва Анна Володимирівна,
студент

ЩОДО ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В МОРЕГОСПОДАРСЬКОМУ КОМПЛЕКСІ

Транскордонне співробітництво є формою міжнародних відносин, які поглиблюють соціально-економічні, науково-технологічні, культурно-освітні зв'язки між сусідніми країнами. Основна роль транскордонного співробітництва в інтеграційних процесах визначається можливістю прискорення процесів вирівнювання якості життя населення прикордонних територій, щонайменше, до середньоєвропейського та досягнення вільного руху товарів, людей і капіталів через кордон до повної інтегрованості простору.

Нормативно-правовим документом, що регулює транскордонне співробітництво в Україні, є Закон України «Про транскордонне співробітництво» від 24 червня 2004 року [1].

Морський транскордонний регіон, включає у себе відповідні адміністративно-територіальні одиниці країн чорноморського басейну. Характерною ознакою транскордонної співпраці в цьому регіоні є переважна спрямованість на сприяння в реалізації потужних геоекономічних проектів у галузях енергетики і транзиту енергоносіїв, транспорту, телекомунікацій, торгівлі тощо [2].

Морські порти, що входять до складу єдиної транспортної системи України, займають важливе місце у національній економіці, оскільки виступають транспортними вузлами, що забезпечують взаємодію морського та інших видів транспорту, обумовлюють виникнення різноманітних господарських правовідносин між суб'єктами господарювання та іншими учасниками господарських правовідносин (споживачами, органами державної влади та місцевого самоврядування), виконують інтегративні та рушійні функції, поєднуючи транспортні потоки у певному напрямі, надаючи цим потокам визначеності та єдності.

Серед основних пріоритетів в розвитку транскордонного співробітництва України визначають: зміцнення конкурентоспроможності українських територій на кордонах, будівництво відповідної інфраструктури, укладання транскордонних угод з країнами-сусідами, розвиток мережі логістичних центрів та центрів підтримки підприємництва, координація соціально - економічного та екологічного розвитку прикордонних регіонів, гармонізація законодавства України з законодавствами сусідніх країн

Для здійснення успішної інтеграції українських портів в транспортну систему Чорноморського регіону і глобальну світову транспортну мережу необхідно приділити особливу увагу реконструкції і розвитку українських портів відповідно до потреб світового ринку. А для цього, в свою чергу, вкрай необхідно в короткі терміни створити сприятливі умови для реалізації інвестиційних проектів, чітко опрацювати нормативну базу для успішного і взаємовигідного співробітництва з приватним капіталом, залучення якого в галузь є невід'ємною умовою її розвитку.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про транскордонне співробітництво» від 21.01.2010. Офіційний сайт Верховної ради України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua.

2. Кіщак І.Т. Транспортні коридори в системі транскордонного співробітництва України / І.Т. Кіщак, С.П. Шевчук // Актуальні проблеми міжнародних відносин: збірник наукових праць. Вип. 119 (частина ІІІ). К.: Київський національний університет ім. Т. Г. Шевченка. Інститут міжнародних відносин, 2014. – С. 23-30.

Порудєєва Тетяна Володимирівна,
к.е.н, доцент
кафедри менеджменту організацій та
зовнішньоекономічної діяльності
підприємств *МНУ ім. В.О.
Сухомлинського*
Гаврищук Анна Віталіївна,
магістрант

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Конкуренція є основним інструментом регулювання ринкової економіки і важливою частиною ринкового середовища діяльності промислового підприємства. Конкуренція (від лат. concurere − зіштовхуюсь) − економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби між підприємствами, що виступають на ринку з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців і одержання найбільшого прибутку [1, с. 24].

Конкуренція є об'єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва, дія якого є для товаровиробників зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, збільшення масштабів виробництва, прискорення науково-технічного прогресу, впровадження нових форм організації виробництва, форм і систем заробітної плати тощо. Дія багатьох економічних законів відбувається у формі примусових сил конкурентної боротьби, в результаті чого конкуренція виступає важливою рушійною силою розвитку економічної системи, складовою частиною господарського механізму [2, с.113].

Аналіз структури й змісту формулювань і трактувань поняття «конкуренція» дає підстави зробити такі висновки [1-9]:

1) поняття «конкуренція» запропоновані різними авторами, не повною мірою відповідають вимогам системності й комплексності, тобто вони характеризують тільки один з безлічі аспектів конкуренції, установлених Адамом Смітом і самими авторами, кожний у своїй галузі дослідження;

2) різноманітті підходів до формулювання поняття: один автор під конкуренцією розуміє суперництво (боротьбу) фірм, тобто юридичних осіб, інші − суперництво фізичних осіб, треті − як наявність на ринку достатньої кількості продавців і покупців, четверті − ситуацію, п'яті − прагнення, шості − процес і т.д.;

3) наведені поняття не охоплюють конкуренцію серед будь-яких соціальних, виробничих і біологічних систем;

4) поняття не відображають конкуренцію як єдність статики і динаміки суперництва, виживання систем у заздалегідь заданих або невизначених умовах;

5) поняття не пов'язані із законодавством.

Представники наукових економічних шкіл багато уваги приділяли конкуренції та здійснювали свої вагомі внески у розвиток даного явища. Так, Й. Шумпетер, вивчаючи конкуренцію з позиції економічного зростання, вважав її суперництвом старого з новим, що відображалося у створенні нових технологій, нових товарів, нових джерел забезпечення потреб, нових типів організаційних моделей та інше [3].

Ф. Хаєк дотримувався іншої думки, він вважав що конкуренція є процесом, при якому люди отримують та передають знання [4]. Такої думки також дотримувався М. Портер [5 с. 20-21].

Відповідно до теорії конкурентоспроможності М. Портера існує три базисних положення згідно, з якими, по -перше, об'єктом аналізу є «конкуренція в галузі», по -друге, предметом дослідження можуть бути принципи господарювання у конкурентному середовищі; по-третє, завданням теорії конкурентоспроможності є „надання детального аналізу конкуренції, включаючи сегментацію ринків, диференціацію товарів, технологічні відмінності та ефект масштабу" [6].

На сьогоднішній день в теорії галузевих ринків, що найбільш гармонійно може реалізовуватись на мезорівні, автором якої варто вважати Ж. Тіроля, конкуренція розглядається як певна властивість самого ринку. При цьому конкуренція в даному контексті характеризується не суперництвом, а скоріше ступенем залежності загальних ринкових умов від поведінки окремих учасників ринку. В розумінні Ж. Тіроля термін конкуренція належить до моделі, що визначає будову ринку, котра використовується для передбачення поведінки на ньому, а суперництво є дійсним поводженням суб'єктів на ньому [7].

Й. Ліфіц при визначенні конкурентоспроможності підприємства виділяє фактори, які впливають на забезпечення необхідної якості і рівня ціни продукції, доповнюючи їх макроекономічними факторами. До першої групи автор відносить фактори виробничі (сировина, конструкція, рецептура, технологія), збутові (умови транспортування, зберігання), сервісні (допомога у виборі товару тощо), а до другої: економічну політику держави, стан нормативно-технічної бази, фінансової системи, зовнішньоекономічну стратегію країни, її науково-технічний потенціал, рівень розвитку інформаційних технологій, вартість ресурсів, Географічне, політичне і економічне становище країни, продуктивність праці, витрати виробництва [8, с.31].

Професор Р.А. Фатхутдінов визначає конкурентоспроможність як властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, що представлені на даному ринку[9].

В Україні поштовхом до розвитку конкурентних відносин стала економічна реформа. Перехід від конкуренції за ресурси до конкуренції за споживача посилили жорсткість відносин на ринку, що викликано появою нових ринкових факторів. Демонополізація економіки, лібералізація зовнішньоекономічних відносин, лібералізація цін, фінансова дестабілізація, інфляційні процеси, приватизація, збільшення кількості та різноманітність форм підприємств, що діють на українському ринку, сприяли збільшенню пропозиції товарів, що при скороченні платоспроможного попиту призвело до посилення конкуренції.

Список використаної літератури

1. Ансофф И. Планирование будущего корпорации/ И.Ансофф − М.: Прогресс, 1985. − 560 с.
2. Акулов В. К характеристике субъекта стратегического менеджмента/ В.Акулов, М.Рудаков // Проблемы теории и практики управления. − 1998.− №4.− С. 112−116.
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Пер. с нем.; Общ. ред. А.Г.Милитовского. / Й.Шумпетер/–М.: Прогресс, 1982. –455 с.
4. Хайек Ф.А. Познание конкуренция и свобода / Ф.А. Хайек–СПб.: Пневма, 1999. –212 с
5. Портер М. Э. Конкуренция / Пер. с англ.: Уч. Пос. / М. Э. Портер–М.: Издательский дом Вильямс", 2001. –495 с
6. Портер М. Международная конкуренция. / М.Портер–М.: Международные отношения, 1993. –452 с.
7. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышлености [Электронный ресурс]/ [под ред. В.М. Гальперина, Л.С. Тарасевича]. –СПб.: Экономическая школа, 1996. –Режим доступа: http://library.fa.ru/files/Tirole_rus.pdf
8. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб. пособ./ И. М. Лифиц.–2-е изд. –М.: Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009. –460с.
9. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление: учеб. пособ. /Р.А. Фатхутдинов. –М.: ИНФРА-М, 2000. –312 с.

Потапова Наталия Нколаевна
к.е.н., доцент, доцент кафедры
«Менеджмент и предпринимательство
на морском транспорте»
АМИ НУ «ОМА»
Петрова Ирина Олеговна
студентка специальности

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА В УКРАИНЕ

Современная транспортная система является важнейшим звеном в сфере экономических отношений, одной из ведущих отраслей материального производства. Транспорт участвует в создании продукции и доставке ее потребителям, осуществляет связь между производством и потреблением, между различными отраслями хозяйства, между странами и регионами, является необходимым условием возникновения и развития интенсивного обмена товарами между отдельными территориями, участвующими в территориальном разделении труда.

Особую роль в структуре транспортного комплекса занимает морской транспорт, на долю которого приходится около 63% мирового грузооборота. Однако доля морского транспорта в грузо- и пассажироперевозках Украины составляет всего 5% и занимает предпоследнее место [1]. На сегодняшний день морской транспорт Украины характеризуется совокупностью проблем, которые требуют незамедлительного решения в следующих направлениях:

получение Регистром судоходства Украины статуса классификационного общества, которое признается Европейской Комиссией по европейским актам;

содействие реализации комплексного подхода к морским вопросам и обеспечению обмена передовым опытом путем и выявление областей, представляющих взаимный интерес для будущего сотрудничества на Черном море в контексте интегрированной морской политики ЕС;

формирование государственной морской политики, которая поспособствует дальнейшему укреплению позиций Украины как морского государства;

повышение конкурентоспособности украинских морских портов путем проведения административной реформы и создания условий и механизмов для привлечения стратегических инвестиций;

снижение степени износа основных средств государственных стивидорных компаний (80%) и дефицита мощностей для перевалки навалочных грузов;

пересмотр процедур финансовой поддержки инфраструктурного развития;

разработка механизма реализации концессионных соглашений с учетом специфики функционирования и развития каждого конкретного порта;

внедрение государственной политики по развитию Украины как транзитного государства на основе развития мультимодальности и логистических технологий;

развитие законодательной базы, а также создание необходимых хозяйственно-правовых и таможенных условий для режима трансшипмента;

гармонизация положений национального законодательства с положениями европейских актов по вопросам контроля государством порта и соответствия требованиям государства флага;

обеспечение безопасности судоходства в отношении рисков грузовых морских перевозок, совершенствование и развитие соответствующей нормативной базы и приведение ее в соответствие с международными требованиями, оптимизация системы управления экологической безопасностью в портах и регулирование выбросов загрязняющих веществ в атмосферу [2, С. 292-296].

Стратегический план развития морского транспорта на период до 2020 г. имеет целью внедрение общегосударственной политики реформ и применение принципов оптимального управления. Стратегическими направлениями работы морского транспорта в Украине должны стать следующие:

- Реформирование системы государственного управления отраслью посредством:

совершенствования нормативно-правовой базы деятельности отрасли в части ослабления регуляторного давления и упрощения ведения бизнеса, а также внедрения принципов недискриминации;

совершенствования государственного управления и борьбы с коррупцией.

- Реализация эффективных форм государственно-частного партнерства (ГЧП) в портах и развитие стратегической портовой инфраструктуры, в частности:

создание благоприятных условий для привлечения инвестиций в развитие морских портов (определение перечня объектов портовой инфраструктуры, которые могут быть переданы инвестору, а также условий и задач по приватизации, концессии, ГЧП, аренде или любым другим формам привлечения инвестиций в порт).

- Развитие электронного сообщества, упрощение контрольных процедур, создание благоприятных условий для бизнеса:

совершенствование системы логистических связей между портом и видами транспорта (интеграция с внутренним водным транспортом и железной дорогой, совершенствование правового регулирования развития трансшипмента в Украине, упрощение правил перевозки грузов по территории Украины в координации с таможенной службой);

внедрение на национальном уровне технологии «Единое окно – локальное решение» (внедрение информационных технологий путем создания

Информационной системы портового общества (ИСПС) во всех портах Украины).

- Повышение уровня безопасности мореплавания, развитие системы поиска и спасения, охраны окружающей среды:

совершенствование работы системы обеспечения безопасности мореплавания Украины как морской державы и ее соответствие международным стандартам;

обеспечение безопасности судоходства в отношении рисков грузовых морских перевозок;

защита природной среды от негативных последствий функционирования морского транспорта [3, С. 254-265].

Следствием эффективной реализации Стратегического плана развития морского транспорта должно стать укрепление позиций Украины как морской державы, увеличение объемов перевалки грузов в портах и инвестиций, повышение эффективности деятельности субъектов хозяйствования и привлечение дополнительных средств в бюджет, повышение уровня использования транзитного потенциала, увеличение объемов перевозок транзитных грузов морским транспортом, повышение эффективности контрольно-надзорных мероприятий по обеспечению безопасности на морском транспорте и минимизация уровня аварийности.

Список использованной литературы

1. Морской транспорт Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://moyaosvita.com.ua/geografiya-ru/morskoj-transport-ukrainy/

2. Примачев Н.Т., Примачева Н.Н., Вовк О.Ю., Ксендзова Н. О. Предпринимательство в торговом судоходстве: учебник для курсантов морских вузов [Текст] / Н.Т. Примачев, Н.Н. Примачева, О.Ю. Вовк, Н.О. Ксендзова. - Одесса: ОНМА, 2008. – 340 с.

3. Примачев Н.Т. Принципы интеграции в торговом судоходстве [Текст] / Н.Т. Примачев. – Одесса: Феникс, 2006. – 360 с.

Потапова Наталия Николаевна
к.е.н., доцент, доцент кафедры
«Менеджмент и предпринимательство
на морском транспорте»
АМИ НУ «ОМА»
Коботова Грета Викторовна
студентка

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

Роль транспорта в повышении конкурентоспособности украинской экономики очевидна. Без устойчивой работы транспортной системы и, в первую очередь, без опережающего развития транспортной инфраструктуры, новых эффективных схем доставки товаров невозможно достичь гарантированной доступности транспортных услуг для всех потребителей и снижения риска ухудшения показателей хозяйственной деятельности.

При этом главные функции транспортной системы остаются неизменными: транспорт обеспечивает единство национальных товарных рынков, взаимосвязь регионов, подвижность граждан. Масштабы, направления и стратегия его развития должны быть подчинены сценариям социально-экономического развития страны в целом. Нельзя допустить, чтобы транспорт стал фактором, сдерживающим экономический рост.

Задачи развития транспортной системы на современном этапе развития экономики должны быть непосредственно нацелены на реализацию социально-экономических и геополитических приоритетов государства. Украина является транзитной страной, она находится на пересечении крупнейших транспортных магистралей. Поэтому транспортные ресурсы для Украины являются стратегически важными.

Транспортная отрасль была и остается локомотивом развития национальной экономики и ее поступательный рост позволит решить большинство стоящих перед государством проблем в экономической сфере. Необходимо использовать благоприятную внешнеполитическую конъюнктуру и стимулировать активное использование выгодного расположения нашей страны на пересечении сразу нескольких межконтинентальных транспортных коридоров [1, с. 45-52].

Транспортная отрасль Украины на сегодняшний день характеризуется целям рядом проблем, основными из которых являются следующие:

недостаточное обновление основных фондов всех видов транспорта и дорожного хозяйства, несоответствие их технического уровня перспективным требованиям;

низкий уровень координации в развитии транспортной инфраструктуры, что приводит к нерациональному использованию ресурсов и снижению эффективности использования транспорта;

медленное совершенствование транспортных технологий и недостаточная связь с производственными, торговыми, складскими и таможенными технологиями;

низкий уровень информатизации транспортного процесса;

недостаточная эффективность инвестиционной политики;

слабая степень использования геополитического положения Украины и возможностей ее транспортных коммуникаций для международного транзита грузов по территории Украины.

Больше всего в транзитной политике ценятся предсказуемость, долгосрочность и умение гибко реагировать на новые условия [2].

Необходимо использовать благоприятную внешнеполитическую конъюнктуру и выгодное геополитическое положение Украины на стыке нескольких межконтинентальных и международных транспортных коридоров.

В связи с этим основными направлениями развития транспортной отрасли Украины должны стать:

выход на мировой уровень по техническим параметрам и качеству услуг;

повышение результативности научно-технического прогресса на транспорте на основе конкурентной системы отбора направлений его реализации и наиболее эффективных проектов;

создание механизма, который координирует экономические интересы инвесторов, разработчиков, производителей и потребителей новой техники для транспортной отрасли;

обновление парка транспортных средств, модернизация инфраструктуры, применение прогрессивных технологий - повышение технического уровня всех видов транспорта. Это касается обновления железнодорожного подвижного состава, морских, речных и воздушных судов, автотранспортных средств, перегрузочных комплексов, дорожных машин, навигационных систем;

создание специального фонда для финансирования актуальных научных исследований и разработок, а также государственная поддержка сохранности научного потенциала и проведения фундаментальных исследований;

комплексное развитие базы информатизации и внедрение информационных технологий с целью создания единой системы информационных коммуникаций на транспорте, которая в дальнейшем будет интегрирована в мировую информационную сеть;

внедрение конкурсного отбора инвестиционных проектов по критерию окупаемости и определения их исполнителей на тендерной основе;

согласование программ развития транспорта и транспортного машиностроения;

обеспечение интеграции транспортного и дорожного хозяйства Украины в европейскую систему коммуникаций.

Список использованной литературы

1. Левиков Г. А. Управление транспортно-логистическим бизнесом / Г.А. Левиков. - М.: ТрансЛит, 2007. – 224 с.
2. Кизим А. А. Интернационализация транспорта как предпосылка развития мировой торговли / А.А. Кизим // Транспортный вестник [Электронный ресурс] - режим доступа: http://e-notabene.ru/transport/article_20035.html

Роєва О.С.,
асистент кафедри обліку та аудиту
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського (м. Кривий Ріг)
Євдокімова Д.Є студентка гр. ОА-15

ЗАСТОСУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ У ПРАКТИЦІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сьогоднішній день, не залишаються поза увагою зростання масштабів бізнесу, процеси глобалізації, інтеграції та інтернаціоналізації господарських зав'язків, що у свою чергу призвело до об'єктивної необхідності об'єднання підприємств та розрахунку консолідованих показників діяльності.

Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) сприяють високому рівню ведення бухгалтерського обліку, складання та зіставлення фінансової звітності суб'єктів господарювання в усьому світі.

Під час складання консолідованої фінансової звітності за міжнародними стандартами слід користуватися:

МСБО 1 «Подання фінансової звітності»;
МСБО 27 «Консолідовані та окремі фінансові звіти»;
МСБО 28 «Інвестиції в асоційовані підприємства»;
МСБО 31 «Частки у спільних підприємствах»;
МСБО 36 «Зменшення корисності активів»;
МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу»;
МСФЗ 10 «Консолідована фінансова звітність».

Особливості складання консолідованої фінансової звітності за національними стандартами регламентуються:

НП (с)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»;
НП (с)БО 2 «Консолідована фінансова звітність».

Майже ідентичні визначення поняття «Консолідовані фінансові звіти» містять національні і міжнародні стандарти.

Згідно з МСФЗ 10 консолідовані фінансові звіти – це фінансова звітність групи, в якій активи, зобов'язання, капітал, дохід, витрати і потоки грошових коштів материнського підприємства та його дочірніх підприємств представлені як активи, зобов'язання, капітал, дохід, витрати і потоки грошових коштів єдиного суб'єкта економічної діяльності. [1]

Консолідована фінансова звітність, у відповідності до НП (с)БО, – звітність, яка відображає фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів юридичної особи та її дочірніх підприємств як єдиної економічної одиниці. [2]

Складання консолідованої звітності базується на певних принципах, крім загальних принципів підготовки фінансової звітності, визначених у НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Отже, розглянемо методику складання консолідованої звітності з урахуванням НП(С)БО 2«Консолідована фінансова звітність».

Таблиця 1

Методика складання консолідованої звітності

I Етап підготовки індивідуальних фінансових звітів суб'єктів господарювання, що входять до групи	
Заходи, що здійснюються на даному етапі	1. Звірення внутрішньо групового сальдо та операцій, наслідок яких виникають нереалізовані прибутки та збитки та їх розподілення на операції: «згори-вниз» та «знизу-вгору».
	2. Визначення та оцінка ідентифікованих придбаних активів, прийнятих зобов'язань на момент придбання.
	3. Нарахування (зменшення) амортизації суми дооцінки (уцінки) необоротних активів, які належить амортизувати.
	4. Виявлення та оцінка будь-якої неконтрольованої частки на момент придбання.
	5. Визначення гудвілу, його тестування на знецінення згідно із МСБО 36 «Зменшення корисності активів», чи прибутку від вигідної покупки на момент придбання.
II Внесення індивідуальних фінансових показників звітів материнського підприємства за кожним фінансовим звітом	
Заходи, що здійснюються на даному етапі	1. Необхідно перевіряти відповідність суми чистого прибутку у Звіті про сукупні прибутки та Звіті про власний капітал.
	2. Необхідно перевіряти відповідність суми нерозподіленого прибутку на кінець звітного періоду у Звіті про власний капітал з сумою у Звіті про фінансовий стан.
III Визначення та відокремлення частки меншості в чистих активах і чистому прибутку (збитку) дочірніх підприємств.	

Заходи, що здійснюються на даному етапі	1. Для обліку неконтрольованої частки тимчасово вводяться субрахунки: «Неконтрольована частка в прибутках (збитках)» та «Неконтрольована частка в чистих активах».
	2. Ведеться суворий контроль у трьох проміжках: а) на дату придбання; б) від дати придбання до початку звітного періоду (складання коригуючих записів); в) за звітний період.

Джерело: *складено автором на основі узагальнення даних [2, 3]*

Отже, можна зробити висновок, що нормативна база України знаходиться на етапі уніфікації методології складання консолідованої звітності з міжнародними стандартами, які потребують глибокої деталізації проведення аналізу показників та методів консолідації. Консолідована фінансова звітність, яка складається на основі показників дочірніх підприємств, повинна відображати фінансовий стан і фінансові результати господарської діяльності усіх компаній, які належать до сфери консолідації як єдиного економічного суб'єкта господарювання, а також здійснення порівняльного аналізу всіх методик складання консолідованої фінансової звітності та виявленні доцільності їх застосування в Україні.

Список використаної літератури:

1. Міжнародний стандарт фінансової звітності 10 «Консолідована фінансова звітність» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_065
2. 2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13
3. Ожегова Г.О. «Молодий вчений» № 4 (31) квітень, 2016 р. ст.146

Роєва О.С.,
асистент кафедри обліку та аудиту
Донецький національний університет
економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Ткачук К.В.,
студентка

ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ХОЛДИНГУ

В даний час, в умовах глобалізації бізнесу отримали розвиток процеси об'єднання організацій в групи на економічній основі, що дозволяє більш продуктивно використовувати їх потенціал внаслідок збереження їх юридичної самостійності, і, в той же час, забезпечувати ефективне фінансове управління, підвищувати рентабельність об'єднання і кожної вхідної в нього організації окремо, внаслідок єдиного центру управління їхніми фінансами. Таким чином актуальною формою побудови структури організацій, що відбиває зацікавленість внутрішніх і зовнішніх користувачів оперативною інформацією, є групи компаній, пов'язаних між собою. Дані групи називаються холдинговими структурами

На сьогоднішній день відсутні дослідження, що стосуються побудови системи управлінського обліку в холдингах. Існують лише роботи, фрагментарно розглядають дану проблему. Деякі аспекти управління холдингами були розглянуті в роботах М.І. Поляничко, І.В. Стулова. Проблеми бухгалтерського фінансового обліку в холдингах розглянуті в роботах М.В. Табакова.

Найбільш поширеною формою підприємницьких об'єднань є холдинги. Холдинги характерні не тільки для галузей природних монополій і крупного бізнесу, а й для середнього і дрібного бізнесу. Крім того, актуальним стає питання побудови системи бухгалтерського управлінського обліку в холдинговій структурі. У зв'язку з цим дослідження з обраної теми є доцільним.

Метою дослідження є порівняння переваг і недоліків варіантів отримання інформації системою бухгалтерського управлінського обліку холдингу.

В статті розглядаються особливості та способи отримання інформації в ході постановки бухгалтерського управлінського обліку в холдингах.

Особливості побудови холдингових структур роблять значний вплив на формування обліково-аналітичного забезпечення холдингу, так як припускають розробку і функціонування чіткої структури облікового, прогнозного, контролюючого етапів системи. Особливості холдингової структури припускають розробку і впровадження системи документообігу між

компаніями холдингу, визначення строків подання даних дочірніх компаній головний для складання консолідованої звітності, розробку внутрішніх звітних форм, визначення відповідальних і т.д.[1]

При цьому інформація, що відповідає наведеним особливостям, необхідна для успішної діяльності холдингу, його розвитку. З метою отримання такої інформації в організаціях групи здійснюється постановка і ведення бухгалтерського управлінського обліку.

Постановка бухгалтерського управлінського обліку в холдингу дозволить сформувати прозору облікову систему, оперативно помітити фактори, що ведуть до зниження рентабельності, погіршення фінансової стійкості, визначити напрямки розширення діяльності, можливості виробництва нових продуктів або присвоєння нових якостей вже існуючих продуктів.

В ході побудови системи бухгалтерського управлінського обліку в холдинговій структурі вирішуються наступні завдання управління:

1. оптимізація оподаткування (управління витратною частиною бази для розрахунку податку на прибуток, перерозподіл прибутку між компаніями);
2. аналіз відповідності витрат перспективним вигодам від впровадження нового проекту (складається кошторис витрат на реалізацію обраного проекту, прораховується прибуток від його впровадження);
3. надання користувачам інформації про фінансово-господарські процеси в холдингу в періоді їх виникнення;
4. проведення процедур бюджетування і планування;
5. виявлення та аналіз найбільш значущих для холдингу фактів діяльності з одночасним відсіканням взаємовиключні внутрішньохолдингових операцій.

Організація бухгалтерського управлінського обліку в холдингу потребують розробки системи отримання облікових даних. Проаналізувавши точки зору вітчизняних авторів, що займаються даним питанням, можна виділити кілька варіантів організації отримання інформації. У таблиці 1 наведені найбільш часто зустрічаються на практиці варіанти з перевагами і недоліками.

Таблиця 1

Варіанти отримання інформації системою бухгалтерського управлінського обліку холдингу

Варіанти		**Переваги**	**Недоліки**
Дублювання інформації в головної організації	Паралельне внесення даних в дві облікові системи головної компанії: бухгалтерського податкового обліку і бухгалтерського управлінського обліку в розрізі	1. повнота відображеної інформації; 2. аналітичність отриманої інформації; 3. велика порівнянність отриманої інформації	1. додаткові трудові і ресурсні витрати на отримання інформації; 2. несвоєчасність одержуваної інформації;

	дочірніх організацій		
Дані бухгалтерського податкового обліку дочірніх організацій-джерело відомостей для головної організації	Формування облікових даних за зведеними даних бухгалтерського податкового обліку дочірніх компаній	1. зменшення трудовитрат внаслідок відсутності подвійного обліку; 2. розробка звітів трансформації інформації бухгалтерського податкового обліку до бухгалтерського управлінський, а також підсумкових звітів для надання користувачам	1. підвищення ймовірності пропуску фактів діяльності внаслідок суб'єктивної оцінки суттєвості інформації; 2. зниження повноти відображеної інформації;

Отже, виходячи з таблиці можна сказати, що краще на практиці використовувати другий варіант, так як він дозволяє прискорити процес отримання даних, зменшити кількість звітних форм і, відповідно, знизити термін і ресурсовитрати обробки інформації

Враховуючи вище сказане, можна сказати, що в рамках організації бухгалтерського управлінського обліку в холдингу значна увага приділяється процесам управління господарськими процесами, що дозволяє гармонізувати приплив прибутку, грошові потоки, розподілити майно між організаціями групи, грунтуючись на поточних і потенційних потребах.

Поряд зі значними перевагами системи бухгалтерського управлінського обліку для відображення фактів виробничо-господарської діяльності холдингу, даний вид обліку має свої недоліки, а саме: він не враховує впливу зовнішніх факторів, що не дозволяють своєчасно реагувати на зовнішні фактори впливу, що може привести до розбалансування фінансової ситуації холдингу. Таким чином найбільш прийнятною для холдингу є система стратегічного управлінського обліку, відповідна наведеними вимогами.

Список використаної літератури

1. Адамов Н.А., Сваталова Ю.С. Моделі фінансового управління холдингу / Н.А.Адамов, Ю.С.Сваталова - Електронно-правова система "Консультант-Плюс" .- Все про налоги.- 2009.-№1.

2. Сваталова Ю.С. Методи аналізу ефективності управління фінансовими потоками холдингів / Ю.С.Сваталова. - Електронно-правова система "Консультант-Плюс" .- Бухоблік в будівельних організаціях.-2012.-N 7.

3. Псарьова Н.Ю. У холдингів своя специфіка Економіка і життя Бухгалтерський додаток, листопад 2009 №45

4. Горбунов А.Р. Дочірні компанії. Філії. Холдинги: Орг. структури. Консолідований баланс. Податкове планування. М .: Изд. центр "Анкил". 2007.

Роженко Олександра Вікторівна
к.е.н., старший викладач
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Воробйова Юлія Миколаївна
студентка

РОЗВИТОК ІНВЕСТЕЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКЫЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Розвиток вітчизняної сільськогосподарської галузі в значній мірі залежить від впровадження в неї інвестиційних проектів. Ефективна реалізація інвестиційних проектів в АПК дозволяє не лише забезпечити національну та міжнародну продовольчу безпеку, а й досягти зростання конкурентоспроможності в процесах євроінтеграції та глобалізації.

Питання розвитку інвестиційних проектів є досить актуальними і частково висвітлюється в роботах відомих українських та зарубіжних вчених: І.А. Бланка, В.В. Бочарова, Б.В. Губського, О.В. Мертенса, А.А. Пересади, О.М. Полякова, М.А. Садикова, А.С. Філіпченка та інших

Сектор сільського господарства відіграє головну роль в економіці України. Україна має приблизно 43 млн гектарів (га) сільськогосподарських земель, включно з 32 млн га орної землі, що дорівнює третині орної землі у ЄС. Половина цих земель, – чорноземи, - це найпродуктивніший тип ґрунту і товар, попит на який настільки великий, що повстав нелегальний ринок продажу такої землі. В Україні працюють деякі найбільші аграрні компанії світу, часом на площі до 500000 га, проте 50% сільськогосподарської продукції виробляють невеликі господарства [4, с.8].

Агропромисловий комплекс України потребує значних вкладень інвестиційних ресурсів. Саме сільське господарство будь-якої країни за всіх часів було і залишається основною продовольчою галуззю народного господарства, стан якої прямо пропорційно залежить від обсягів коштів, вкладених у її розвиток, а саме від інтенсивності інвестиційної діяльності [2].

За інформацією департаментів агропромислового комплексу облдержадміністрацій станом на 1.04.2017 р. у галузі сільського господарства

загалом реалізується 304 інвестиційних проектів, що на 51 більше проти аналогічного періоду минулого року [3].

Згідно [3] серед областей найбільша кількість інвестиційних проектів впроваджується у Львівській (37, зростання до попереднього року на 11 проектів), Вінницькій (32, зростання до попереднього року на 12 проекти), Полтавській (31, зростання до попереднього року на 23 проект), Херсонській (32, зростання до попереднього року на 1 проекти) .

Загальна сума кошторисної вартості інвестиційних проектів склала майже 37 млрд. грн, з яких основним джерелом фінансування були власні кошти – 27,6 млрд. грн (74,7 %).

За період впровадження найбільше освоєно інвестицій від загальної кошторисної вартості спостерігається у наступних областях (рис.1) : Закарпатські - 80%, Житомирській – 78,8%, Волинській – 74,1%, Черкаській – 60,7%, Полтавській – 53,1% і т.д.

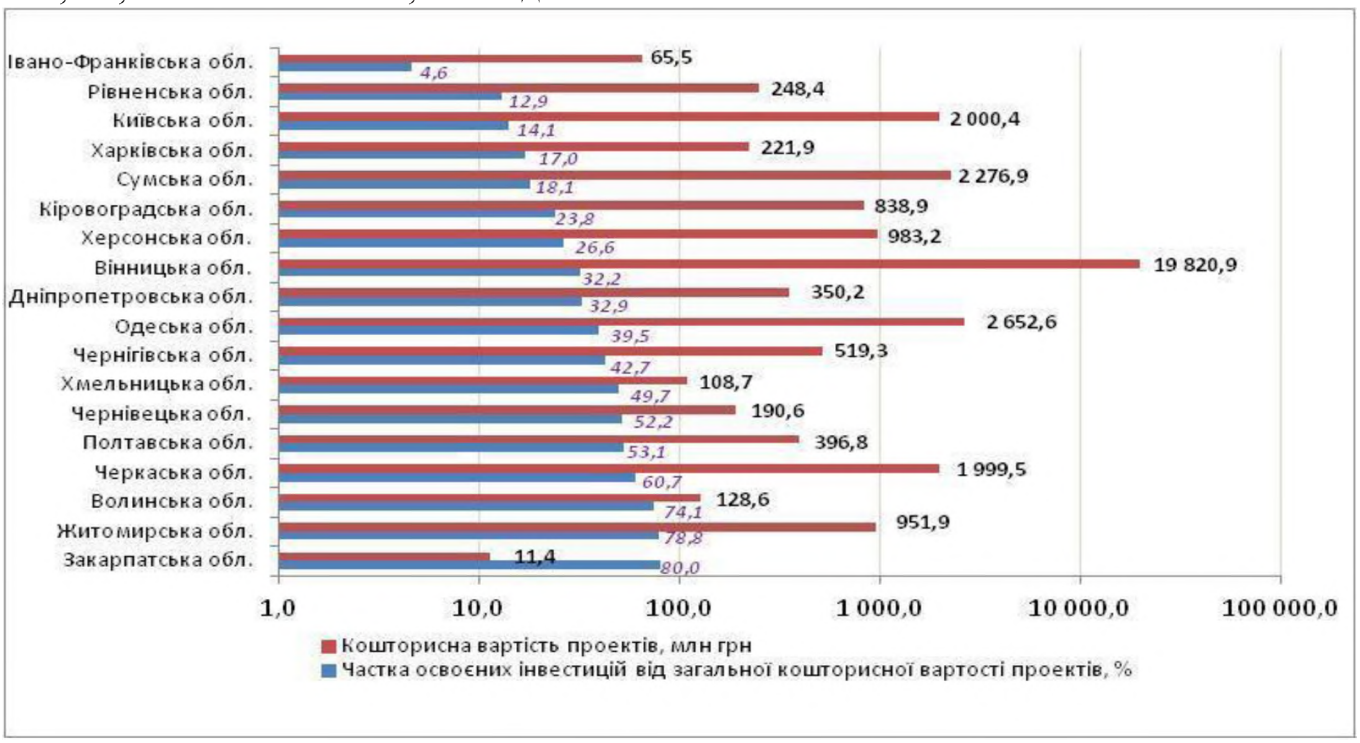


Рисунок 1. Кошторисна вартість проектів та частка освоєних інвестицій в сільському господарстві (за період впровадження)

Джерело : сформовано авторами згідно [1,3]

Вартість інвестиційних проектів, які реалізуються в регіонах, складає від 120 тис. грн до 9,6 млрд. грн [3]

Отже, сільське господарство – це один з найбільш перспективних секторів української економіки, який потребує ресурсів для розвитку, через впровадження різноманітних проектів. Попри наявність проблем та низки невирішених питань, можна стверджувати, що Україна поступово повертає собі статус «світової житниці». За даними дослідження можна прослідкувати позитивну динаміку розвитку інвестиційних проектів в сфері сільського

господарства. Але є потреба у вивченні показників ефективності існуючих проектів та виявленні закономірностей та особливостей їх розвитку, задля досягнення найбільших економічних та соціальних показників у майбутньому.

Список використаної літератури

1. Інвестиційний портал. Торгово промислова палата України – Режим доступа : http://invest.ucci.org.ua/ua/proposal/project
2. Колотуха С. М. Кредитування сільськогосподарських підприємств як ефективне джерело інвестиційної діяльності / С. М. Колотуха, І. П. Борейко // Економіка АПК. — 2009. — № 1. — С. 89—95.
3. Офіційний сайт міністерства аграрної політики та продовольства України – Режим доступу: http://minagro. gov.ua
4. Політика щодо інвестування у сільське господарство : України // Звіт за підсумком проекту - 2015. – Фаза 3- С. 92

Скляр Надія Михайлівна
к.е.н., старший викладач кафедри підприємництва і торгівлі
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Безрукова Марина Сергіївна
студентка

КОНТРАБАНДА ЯК ГОЛОВНИЙ ЧИННИК ДЕСТАБІЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Під економічною безпекою держави можна вважати стан економічного забезпечення національної безпеки держави, певні заходи, спрямовані на постійний та стабільний розвиток економічної системи держави, що включає механізм протистояння зовнішнім загрозам. Відтак економічну безпеку держави слід розглядати як комплексну систему, яка включає в себе певні елементи і напрями. Митна безпека як складова економічної безпеки держави є комплексом (системою) ефективних економічних, правових, політичних та інших заходів держави і суспільства із захисту інтересів (у тому числі інтересів власності) народу та держави в зовнішньоекономічній сфері[1].

Від італійської мови CONTRABANDO це «урядовий указ». Контрабанда - це незаконне перевезення (та ін. переміщення) товарів або/та інших предметів через митний кордон (державний кордон). Переміщувані товари і/або цінності також отримали назву контрабанди.

Під незаконним переміщенням в даному випадку розуміють переміщення, яке здійснюється без/або з порушенням встановлених процедур (зазвичай таємно), а також переміщення таких товарів і/або цінностей, переміщувати які заборонено або обмежено за законом [3].

Так, згідно звіту Департаменту організації протидії митним правопорушенням, наслідками вжитих митницями ДФСУ організаційно-практичних заходів, проведеної аналітично-пошукової роботи стало виявлення митницями упродовж 2016 року 23 235 порушень митних правил із вартістю предметів правопорушень на суму понад 2 млрд. грн. Кількість складених протоколів про порушення митних правил у порівнянні з аналогічним періодом минулого року збільшилась на 30%, а вартість – на 13%.

У 7 952 справах про порушення митних правил тимчасово вилучено предмети правопорушень на суму майже 627 млн. грн. Зокрема, у справах про порушення митних правил вилучено промислових товарів на суму 353 млн. грн.; продовольчих товарів та сільгосппродукції на суму 62 млн. грн.; валюти на суму 161 млн. грн.; транспортних засобів на суму 51 млн. грн.

Безпосередньо митницями ДФСУ розглянуто 12 839 справ про порушення митних правил, що складає 93% від заведених справ, розгляд яких віднесено до компетенції митниць ДФСУ (13 813справ). Застосовано адміністративне стягнення у вигляді штрафу на суму 556 млн. грн.

На розгляд до суду митницями передано 8 828 (93% від заведених справ, розгляд яких віднесено до компетенції судів) справ про порушення митних правил на суму 1,9 млрд. грн. За результатами розгляду справ про порушення митних правил судом винесено 7 787 постанов у справах, що складає 88% від кількості переданих до суду справ. При цьому, лише у 10% справ прийнято рішення про закриття провадження.

Стосовно протидії контрабанді наркотиків та зброї, протягом звітного періоду митницями ДФСУ виявлено 1 122 факти переміщення через митний кордон України наркотичних засобів, психотропних речовин, їх аналогів та прекурсорів з порушенням митного законодавства [2].

Імпортні товари (більша частина Китай) які ввозять на територію нашої країни сприяють неконтрольованому насиченню українського внутрішнього ринку, витісняючи при цьому продукцію українських виробників. В результаті такої політики, вітчизняні підприємства мають значні збитки, особливо гостро відчутно це для легкої та переробної промисловості, продукція яких стає не конкурентоспроможною, а контрабандисти вводять у тіньовий обіг значні суми фінансів, призначених для сплати митних платежів.

Прагненням держави на меті, має бути досягнення стабільного й безпечного стану, та містити у собі потреби в захисті від економічних, екологічних, технологічних, соціально-економічних та інших небезпек з боку навколишнього оточення й упевненість у тому, що пріоритетні потреби держави та людини задовольнятимуться. Через поглиблення міжнародного поділу праці, посилення інтеграції у світовій економіці, входження України до

СОТ, національній стан економіки все більше залежить від зовнішньоекономічної діяльності країни. Тому й зовнішньоекономічна, митна безпека як складова економічної безпеки набуває все більш важливого значення для України..

Список використаної літератури

1. Кравчук С.Й. - Негативний вплив контрабанди на економіку держави ЕКОНОМІКА / ЕКОНОМІЧНА ЗЛОЧИННІСТЬ В УКРАЇНІ - РАВЧУК С.Й.
2. Державна фіскальна служба **[Електронний ресурс]. – Режим доступу:** http://sfs.gov.ua/divalmist-/borotba-z-ekonomichnoyu-zlochinnistyu-ta/informatsiya-pro-vjittya-zahodiv-schodo-bo/298097.html
3. М. О. Медведєва. Контрабанда // Українська дипломатична енциклопедія: У 2-х т. /Редкол.:Л. В. Губерський (голова) та ін. — К: Знання України, 2004 — Т.1 — 760с.

Скляр Надія Михайлівна
к.е.н., старший викладач
кафедри підприємництва і торгівлі
ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського
Єганян Карен
студент

СУЧАСНІ УМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОФШОРНИХ ЗОН

Офшорний бізнес постійно видозмінюється та ускладнюється, адаптуючись до нових вимог і умов, спричинених змінами законодавчої бази. Як наслідок, ускладнюються і схеми використання офшорних зон. Сьогодні питання функціонування офшорних зон – чи не одне з найбільш суперечливих. Метою їх створення були економічно обґрунтовані процеси, однак у зв'язку з недобросовісністю суб'єктів господарювання питання щодо доцільності використання "податкових гаваней" у такому обсязі та в достатньо вільному доступі стає дедалі актуальнішим.

Проблеми діяльності офшорних зон висвітлюються у працях багатьох вітчизняних та іноземних вчених, таких як Баймуратова М.О., Бозуленко О.К., Зоріна О.І., Косе Д.Д., Омельчук Е.С. та інших. Хоча внесок цих вчених в дослідження офшорних зон дуже вагомий, але із стрімким розвитком світової

економіки весь час з'являються певні зміни та удосконалення, чим зумовлена актуальність дослідження [1].

Офшорна зона (англ. off shore – «поза берегом») — один із видів вільних економічних зон, що належать до сервісних вільно-економічних зон, особливістю яких є створення для підприємців сприятливого валютно-фінансового та фіскального режимів, високий рівень та законодавчі гарантії банківської та комерційної секретності, лояльність державного регулювання[2].

На глобальному рівні найбільша увага приділяється великим офшорним зонам. За даними індексу GFCI 20 британської аналітичної компанії Z/Yen, головними міжнародними офшорними зонами у березні 2016 р. були Лондон (1-ше місце) та Нью-Йорк (2-ге місце). Лише для цих офшорів значення індексу є більшим, ніж 600 пунктів [3].

Таблиця 1

Рейтинг офшорних зон

№ з/п	Назви фінансових центрів	Значення GFCI 20 (2016 р., 1-ше півріччя)		Значення GFCI 19 (2015 р., 2-ге півріччя)		Відхилення (GFCI 9/GFCI 8)	
		Місце	Індекс	Місце	Індекс	Місце	Індекс
1	**Лондон**	**1**	**795**	**1**	**800**	**0**	**-5**
2	Нью-Йорк	**2**	**794**	**2**	**792**	**0**	**+2**
3	Сінгапур	**3**	**752**	**3**	**755**	**0**	**-3**
4	Гонконг	**4**	**748**	**4**	**753**	**0**	**-5**
5	Токіо	**5**	**734**	**5**	**728**	**0**	**+6**
6	Сан-Франциско	**6**	**720**	**8**	**711**	**+2**	**+9**
7	Бостон	**7**	**719**	**9**	**709**	**+2**	**+10**
8	Чикаго	**8**	**718**	**11**	**706**	**+3**	**+12**
9	Цюріх	**9**	**716**	**6**	**714**	**-3**	**+2**
10	Вашингтон, о. Колумбія	**10**	**713**	**7**	**712**	**-3**	**+1**

Середній рейтинг п'яти кращих центрів у кожному регіоні показує, що історичне домінування провідних центрів у Західній Європі і Північній Америці було підірвано протягом довгого часу домінування центрів Азії. Найбільші п'ять центрів у Північній Америці мають дещо вищий середній рейтинг, на відміну від центрів Західної Європи та Азії. Найбільші центри в інших регіонах, особливо в Латинській Америці та Східній Європі/Центральній Азії, також ліквідовують розрив.

Значну роль у тому, що Англія знаходиться на першому місці відіграють острови, які є коронним володінням Великої Британії, але не входять до її складу. Зокрема, це такі острови, як Джерсі, Гернсі, та острів Мен.

Джерсі – острів у протоці Ла-Манш. Загальна площа складає 116 кв. км., столиця – порт Сент-Гелієр. Острів Джерсі входить до складу Нормандських

островів та має населення кількістю 62431 осіб. Мови – англійська, французька.

Особливості функціонування о. Джерсі як світової офшорної зони:

- збереження банківської таємниці є надійнішим, ніж в Англії;
- підозрювані в податкових злочинах не підлягають екстрадиції;
- відсутність контролю над проведенням валютних операцій;
- заборонений випуск акцій на пред'явника;
- обов'язкова посада секретаря;
- відсутність вимог до резидентності директорів;
- офіційно дозволена наявність номінальних акціонерів;
- бенефіціаром може бути лише особа, яка раніше не була банкрутом та за участі в управлінні неплатоспроможною компанією;
- комерційна таємниця поширюється на директора, акціонерів та всіх членів компанії;
- максимальні ставки податків на прибуток та з доходів на рівні 20 %, податків на острові немає.

Для отримання права на реєстрацію офшору на острові Джерсі, необхідний ряд процедур та офіційних дозволів. З цією метою треба подати на узгодження спеціальній комісії три варіанти назви компанії. Назва не повинна бути співзвучною із компаніями з реєстру острова, а також не має містити інформації, що вводить в оману (наприклад, недобросовісне вживання терміна "міжнародний"). Вартість реєстрації компанії – 110 фунтів стерлінгів на адресу та 0,5 % розміру емісії акціонерного капіталу. Компанії, зареєстровані на о. Джерсі, повинні щорічно надавати звіт, який розглядають представники реєстру та збори акціонерів. Одночасно з наданням звіту компанія сплачує мито.

Гернсі – острів у протоці Ла-Манш, що разом з островом Джерсі входить до складу Нормандських островів. Столиця – Сент-Пітер-Порт, площа острова складає 78 кв. км. з населенням у 65573 осіб. Мови – англійська, французька. Острів перебуває під юрисдикцією Великої Британії, але не входить до її складу (коронне володіння Великої Британії). Гернсі входить до складу ЄС. ВВП острова в 2010 р. становив £1,926 млн. Спосіб, умови реєстрації та особливості ведення тут офшорного бізнесу ідентичні тим, що діють на о. Джерсі.

Острів Мен також перебуває під юрисдикцією Великобританії, і знову ж таки не входить до її складу. Острів Мен розташований в Ірландському морі, між Ірландією й узбережжям Англії. Столиця – місто Дуглас. Площа дорівнює 572 кв. км. з населенням кількістю у 76315 осіб. Мова – менська, англійська. Близькість до найбільших промислових центрів Європи, наявність найсучасніших засобів зв'язку, політична й економічна стабільність роблять цю територію винятково привабливою для розміщення тут офшорних підприємств і філій. Острів Мен входить до складу ЄС.

До основних особливостей острову Мен як офшорного центру належать такі:

- вільний від податків порт;
- податок на прибуток резидентних компаній дорівнює 20 %;
- податок на прибуток нерезидентних компаній дорівнює нулю;
- немає податку на дарування та спадкування;
- суворе дотримання банківської таємниці;
- можлива реєстрація офшорних компаній декількох типів;
- акціонери компаній-нерезидентів повинні проживати за кордоном та проводити там засідання ради директорів компанії і загальні збори акціонерів;
- звільненій від податків компанії заборонено займатися торговою чи іншою комерційною діяльністю на острові Мен, не допускається участь у банківській і страховій справі;
- секретар компанії чи один з її директорів повинні бути резидентами острова;
- Закон "Про банки" о. Мен не дозволяє надавати інформацію щодо банківських вкладників ні своєму уряду, ні уряду іноземних країн;
- підозрювані в податкових злочинах не підлягають екстрадиції;
- відсутність з 1979 р. валютного контролю.

Завдяки цим даним, можемо сказати, що кожна особливість цих зон має значну вагу серед інших офшорних зон, тому Англія знаходиться на першому місці.

Тож, можна дійти висновку, що регіону, який є найпродуктивнішим офшорним центром, не існує. Топ 5 центрів знаходяться в Європі, Азії та Північній Америці. Також, якщо брати до уваги історичні домінуючі центри, такі як острови Джерсі, Гренсі та Мен, варто відзначити, що вони і досі є провідними.

Список використаної літератури

1. Комар І. Види офшорних зон та їх вплив на організацію бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. − Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3111 − Назва з екрану.
2. Коновалюк М. Діяльність офшорних зон та їх вплив на економіку [Електронний ресурс]. − Режим доступу: http://libfor.com/index.php?newsid=2733 − Назва з екрану.
3. The Global Financial Centers Index 20. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.zyen.com/GFCI/GFCI%20.pdf − Назва з екрану.

Слюсарева Людмила Валеріївна
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства УДФСУ
Кушнірук Вікторія Олегівна
Студентка VI курсу, групи ЕМУ 16-1
ННІ економіки, оподаткування та митної справи УДФСУ

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ СИРУ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Розвиток економіки України тісно пов'язаний з вирішенням проблеми конкурентоспроможності підприємств та їх продукції. З переходом до ринкових умов господарювання досить швидко з'ясовано, що продукція багатьох українських підприємств виявилася неконкурентоспроможною на вітчизняному та світовому ринках. Загалом, конкурентоспроможність - здатність підприємства до реалізації конкурентних переваг, які дають йому змогу ефективно розвиватися порівняно з іншими підприємствами на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Проблемам ефективного управління конкурентоспроможністю в економічних умовах, що швидко змінюються, присвячені дослідження таких вітчизняних та зарубіжних учених, як М. Портера, Л.В. Балабанової, П.Ю. Бєлєнького, І.П Булеєва та ін. Проте, вибір найбільш ефективного методу оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства є надзвичайно важливим завданням для підприємства і обумовлює актуальність даного дослідження.

З метою визначення конкурентної позиції продукції підприємства на ринку доцільно використовувати методику оцінки конкурентоспроможності товарів за обсягом продажу. Розрахунок показника конкурентоспроможності виконують наступним чином:

$$K_{ij}^{n} = \sum a_i b_i \to 1 \quad (1)$$

де: К - конкурентоспроможність і-го товару на j-му ринку; a_i - питома вага і- го товару в обсязі продажу, за період який аналізують; b_i- показник значущості ринку, на якому представлено товар підприємства. Для зовнішніх ринків промислово розвинених країн значущість ринку рекомендують приймати такою, що дорівнює 1, для зовнішніх ринків інших країн - 0,7, для внутрішніх ринків - 0,5.

Обчислимо конкурентоспроможність продукції підприємств-виробників сиру на внутрішньому ринку на основі наведеної формули та наявних обсягів реалізованої продукції (табл. 1).

Таблиця 1

Обсяг реалізованої продукції підприємств – виробників сиру в Україні 2015 – 2016 рр. [1-4]

Найменування підприємства	Обсяг реалізованої продукції тис.грн
2015 рік	
ПАТ «Бель Шостка Укрїна»	453692,41
ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат»	448968,6
ПАТ «Дубномолоко»	992864,2
ПрАТ «Пирятинський сирзавод»	573932
2016 рік	
ПАТ «Бель Шостка Укрїна»	3338375,56
ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат»	573402,5
ПАТ «Дубномолоко»	1282358
ПрАТ «Пирятинський сирзавод»	355189

Аналіз наявних даних свідчить про те, що основними гравцями даного ринку є наступні підприємства, а саме: ПАТ «Бель Шостка Україна», ПАТ «Дубномолоко», ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» та ПрАТ «Пирятинський сирзавод».

Проведені розрахунки свідчать про те, що найкращі ринкові позиції у 2015 році займало підприємство «Дубномолоко» зі своєю ТМ «КОМО», його індекс конкурентоспроможності становив 0,33. Другу позицію займало підприємство «Звенигородський сироробний комбінат» з показником 0,22. Підприємство «Бель Шостка Україна» у 2015 році займало найгірші позиції серед конкурентів та мало показник 0,11, що є дуже низьким (рис. 1).

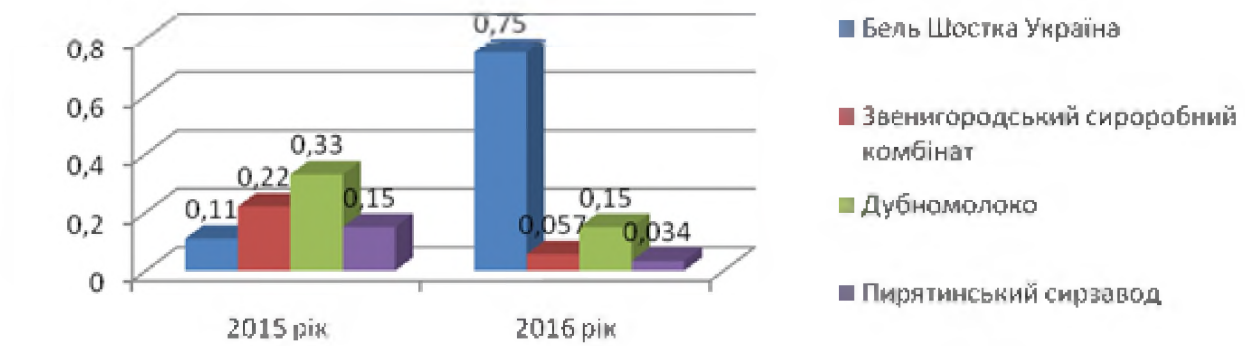


Рис. 1. Показники конкурентоспроможності підприємств-виробників сиру на внутрішньому ринку у 2015-2016 рр.

Отже, у 2016 році найкращу ринкову позицію на ринку займає продукція ПАТ «Бель Шостка Україна» (індекс конкурентоспроможності становить 0,75).

Позитивний результат, на нашу думку, був досягнутий завдяки правильно обраній стратегії завоювання ринку, збільшення частки виробництва плавлених сирів (58 % від усієї продукції), які у даний час мають більший попит завдяки низькій ціновій вартості. Також у 2016 році ПАТ «Бель Шостка Україна» випустила на український ринок новій продукт «Сир Хрум».

Список використаної літератури

1. Річна фінансова звітність ПАТ «Бель Шостка Україна», – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.smida.gov.ua/db/emitent/year/xml/showform/80218/165/templ
2. Річна фінансова звітність ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат», – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.smida.gov.ua/db/emitent/year/xml/showform/72124/165/templ

Суходольська Анна Сергіївна
ст. викладач
Житомирський державний технологічний університет

КРАУДФАНДИНГ ЯК МОЖЛИВІСТЬ ПОКРАЩЕННЯ АДАПТАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ СИРІТ У СУСПІЛЬСТВІ

Проблема соціального сирітства в Україні стоїть досить гостро. Погіршення соціально-економічної ситуації в країні, падіння рівня моральних та значущості сімейних цінностей у значної кількості людей провокує появу дітей, про яких не піклуються батьки, – соціальних сиріт.

Соціальні сироти виховуються або у сімейних осередках виховання, або в інтернатних установах, проте рівень їх адаптаційних можливостей вже у дорослому житті не надто високий. Завдання держави і суспільства – максимально сприяти недопущенню «успадкування» соціальних проблем у подальших поколіннях.

Сьогодні в бізнесі набуває поширення крауфандинг, який є досить новим видом розвитку та поширення нових технологій, підтримки ідей талановитої молоді.

Краудфандинг – новий вид фінансування проектів, який передбачає збір коштів у мережі Інтернет на реалізацію інноваційних проектів, соціальних ініціатив тощо. Однією з найбільш відомих таких платформ є Kickstarter [1]. «Розумні» годинники, сумки-холодильники, 3д принтери – найбільш відомі інноваційні проекти останніх років, які були втілені у життя за допомогою

платформ краудфандингу. Користуються популярністю у інвесторів музичні та відео проекти. За умови зібрання необхідної суми проекти втілюються у життя, якщо ж ні – кошти повертаються вкладникам проектів. Інвестори мають можливість слідкувати за станом зібрання коштів, виконання та реалізації проекту, їм можуть пропонуватися певні привілеї у вигляді додаткових знижок на подальше придбання продуктів або послуг, які впроваджуються розробниками проектів. На жаль, через мовний бар'єр, низький рівень обізнаності та невпевненості у власних силах багато молоді не беруть участь у міжнародних проектах такого виду.

В Україні краудфандинг не набув значної популярності: пропонуються та реалізуються здебільшого соціальні проекти (організація виставок, фестивалів), хоча в світі частка соціально спрямованих проектів становить згідно приблизних розрахунків не більше третьої частини. В нашій країні найбільш відомим реалізованим комерційним став проект «Tap4Parking» – сервіс з інтерактивною картою парковок по Україні.

Важливо залучати до створення та реалізації проектів краудфандингу соціальних сиріт, підтримувати ідеї молоді стосовно інноваційних проектів, сприяти їх зайнятості. Наприклад, збирати кошти для відкриття соціального підприємства у сільській місцевості для працевлаштування вихідців з соціально вразливих категорій дитячого населення. Пасивні заходи підтримки соціальних сиріт повинні бути переглянуті в сторону активної роботи з дітьми, їх успішного «дорослішання». Благодійна допомога та підтримка соціальних сиріт бізнесом має бути не разового характеру у вигляді привітань зі святами, а у формі профорієнтаційної роботи, залучення дітей до екскурсій на підприємствах, фінансування талановитої молоді.

Сьогодні краудфандинг лише почав набирати оберти популярності в нашій країні, тому важливо поширювати його ідеї для розвитку бізнесу та підтримки соціально вразливих категорій населення (зокрема, соціальних сиріт). Покращення освітнього процесу учнів та студентів, орієнтація їх на мобільність та інноваційний розвиток повинні стали базисом подальшого розвитку краудфандингу в Україні.

Список використаної літератури

1. Офіційний сайт краудфандингової платформи kickstarter. Режим доступу: https://www.kickstarter.com. – Назва з екрану.

Ткачук Вячеслав Олександрович,
к.е.н., доцент кафедри управління
персоналом та економіки праці
*Житомирського державного
технологічного університету*
Вернигора Руслана Валеріївна,
магістрант кафедри управління
персоналом та економіки праці

ПОДОЛАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗАГРОЗ І НЕБЕЗПЕК ПІДПРИЄМСТВА, ПОВ'ЯЗАНИХ ІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯМ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Вагомим фактором забезпечення економічної безпеки на підприємстві є висока ефективність діючої системи управління персоналом. На систему управління персоналом розповсюджується вплив тих самих економічних загроз і небезпек, що й на саме підприємство.

Проведені дослідження дозволили виділити фактори загроз і небезпек, що пов'язані з роботою персоналу підприємства, серед яких [1, с. 39; 4, с. 95]: відтік кваліфікованих працівників; невідповідний рівень кваліфікації працівників, освітній рівень керівників; низький рівень трудової дисципліни персоналу; дії або бездіяльність співробітників підприємства, що суперечать інтересам його комерційної діяльності; недостатня сумісність співробітників служби персоналу; порушення працівниками режиму збереження конфіденційної інформації та ін. Ці фактори характеризують окремі професійні компетенції працівників, поєднання яких може стати підґрунтям для завдання шкоди економічній безпеці суб'єкту господарювання. Тому для кожного конкурентоздатного підприємства якість персоналу є невід'ємною складової економічної безпеки, що має бути реалізована на найвищому рівні.

Під якістю персоналу, як складової економічної безпеки підприємства, розуміють процес запобігання виникненню негативних впливів на економічну безпеку підприємства через ризики та загрози, пов'язані з персоналом, використанням його трудового потенціалу.

Підприємства відчувають зростання рівня загроз з боку власного персоналу, що пов'язано зі збільшенням ризиків в сфері управління персоналом. Негативні наслідки цих ризиків можуть призвести не тільки до погіршення управління підприємством, але й до повної його втрати власником [2, с. 66]. Тому виникає необхідність застосування відповідних методів уникнення або подолання наслідків подібних загроз.

Методи захисту від економічних загроз, що можуть бути завдані персоналом, і нейтралізації їх негативних наслідків можна представити за такими напрямами [3, с. 162–163]: методи попередження загроз (розробка схем

ділової активності, що дозволяють уникати найбільших збитків; проведення тренінгів сенситивності); методи компенсації (моніторинг соціально-економічної та нормативно-правової бази; боротьба з промисловим шпигунством).

До способів підвищення ефективності системи управління персоналом з метою попередження випадків, що можуть загрожувати економічній безпеці підприємства, можна віднести:

– оптимізацію структури управління підприємством і його окремими підрозділами, раціональний розподіл управлінських функцій; визначення повноважень керівництва з урахуванням професійних компетенцій;

– створення умов для високопродуктивної праці, що потребує належної організації та обладнання робочих місць працівників, їх планування, забезпечення оптимальних умов праці; автоматизацію і комп'ютеризацію робочих місць;

– розробку інформаційної системи, що забезпечує ефективні комунікації між співробітниками та підрозділами на підприємстві;

– широке запровадження ініціативних форм координації діяльності усіх суб'єктів, причетних до управління персоналом;

– залучення працівників до розробки та ухвалення управлінських рішень щодо операцій і процесів на підприємстві, створення передумов для їх участі в розподілі прибутку (партисипативне управління);

– сприяння у пошуку нової роботи та підборі підходящих вакансій при неминучому звільненні (впровадження аутплейсменту);

– створення організаційної культури на підприємстві, вироблення спільних цінностей, визнаних і схвалених співробітниками, розвиток партнерських відносин між працівниками та між персоналом і адміністрацією.

Очевидно, що всі перераховані вище способи відштовхуються від позиції, що задоволений теперішніми умовами праці або звільнений без образи на колишнього роботодавця працівник буде нести найменшу загрозу в майбутньому економічній безпеці підприємства.

Отже, функціонування підприємства все помітніше детермінує ефективність управління персоналом. Системі управління персоналом вже недостатньо тільки відповідати поточним вимогам виробництва, забезпечуючи потребу в кадрах в розрізі професій і робіт. Кадрова служба має доповнювати її тими секторами, до базових завдань яких будуть належати формування у працівників конкурентних компетенцій та їх розвиток у контексті створення умов для забезпечення економічної безпеки на підприємстві.

Список використаної літератури

1. Зеркалов Д.В. Экономическая безопасность: монография / Д.В. Зеркалов. – Киев: Основа, 2011. – 586 с.

2. Лисенко М.С. Механізм забезпечення кадрової безпеки підприємств / М.С. Лисенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – №7. –

С. 137–140.

3. Орлик О.В. Аналіз факторів впливу на економічну безпеку підприємств та методи захисту від загроз і нейтралізації їх наслідків / О.В. Орлик // Тренди та інновації в сучасній економіці: колективна монографія; за ред. О.С. Іванілова. – Харків: ХНУБА, 2015. – С. 154–165.

4. Погорєлова Т.О. Система управління персоналом як основний елемент системи управління підприємством / Т.О. Погорєлова, Ю.І. Ігнатьєва // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – №21(994). – С. 127–134.

Хандій Олена Олексіївна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва *СНУ ім. В. Даля*
Базілевський Павло Євгенович, магістрант

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ В ЛУГАНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Соціальна безпека в найбільш узагальненому трактуванні – це відсутність загроз здоров'ю та життю людини [1, с. 9]. Оскільки життя і здоров'я громадян є найвищою цінністю в Україні, то під час військових дій на Сході соціальна безпека визначає сутність національної безпеки держави. На виникнення можливих загроз впливає безліч чинників, а в умовах низького рівня задоволеності або взагалі незадоволеності первинних потреб актуалізуються економічні чинники, а саме забезпеченість доходом, задоволення потреб у житлі, наявність робочих місць та відповідність попиту на робочу силу її якості та кількості, що нерозривно пов'язано з економічною безпекою держави.

Метою роботи є дослідження особливостей соціальної та економічної безпеки в Луганській області в умовах сьогодення.

Проведення на території Луганської області протягом останніх років військових дій, втрата більшості крупних промислових підприємств регіону, які залишились на території непідконтрольній Україні, негативно вплинули на економічний та соціальний потенціал області. Державні та міжнародні програми і проекти відновлення, розбудови промислової інфраструктури та промислових підприємств, підтримки представників малого бізнесу поступово скорочують кількість збиткових підприємств. У 2015 р. 100 % великих підприємств були збитковими. У 2016 р. збитковими залишились 66,7 % великих підприємств, з 39,1 % до 35,6 % знизилась кількість збиткових

середніх підприємств (статистичні дані регіонального рівня в роботі наведені за даними офіційного сайту Державної служби статистики.

Наприклад, з 26 промислових підприємств м. Сєвєродонецька у 2016 році збитки отримали 14 (статистичні дані по м. Сєвєродонецьк наведені за даними Фінансового звіту міської ради за 2016 р.). Збитковими були також такі галузі, як: професійна, наукова та технічна діяльність – 38,8 млн. грн., транспорт, сільське господарство, кур'єрська діяльність – 6,0 млн. грн. Збитковість підприємств не дозволяє сплачувати гідну заробітну плату та забезпечувати гідні безпечні умови праці. Виживання підприємств перетворюється на виживання громадян регіону. Як статистичне, так і реальне, скорочення збитків не очікується, оскільки частина великих підприємств, розташованих на непідконтрольній території, перереєструвалась в м. Сєвєродонецьк (ПАТ «Луганськтепловоз», ПАТ «Алчевський металургійний комбінат» та ін.) або продовжують сплачувати податки до українських бюджетів різних рівнів (ДП «Свердловантрацит», ДП «Ровенькиантрацит» та ін.). Разом з перереєстрацією відбулося й статистичне збільшення обсягів збитків промислових підприємств регіону. Підвищення економічної безпеки регіону є можливим при відновленні діяльності великих промислових підприємств, таких як ПрАТ «Сєвєродонецьке об'єднання Азот», ПрАТ «ЛИНІК», ПрАТ "Лисичанський склозавод "Пролетарій".

Рівень безробіття (за методологією Міжнародної організації праці) серед мешканців Луганської області у 2016 р. найвищий по країні - 16,9 % (в 2015 р. був 16,6 %) проти середнього значення по Україні - 9,7 %. Пороговим значенням рівня безробіття, який свідчить про соціальну небезпеку вважається 10 %, відповідно в Луганській області цей критичний рівень давно перевищено. Потреба роботодавців у працівниках зросла з 0,1 тис. осіб у 2015 р. до 0,4 тис. осіб у 2016 р., але так і залишилось найнижчим показником в Україні. Луганська область є соціально та економічно небезпечною і самостійно вирішити існуючі проблеми неспроможна. Зміна галузевої спеціалізації регіону шляхом розвитку аграрного сектору, фінансової державної підтримки розвитку аграрних підприємств та підприємств з переробки продукції сільського господарства, підтримка підприємств малого бізнесу є перспективними напрямами допомоги регіону.

Ще одним соціально-економічним небезпечним явищем Луганської області є заборгованість із виплати заробітної плати, яка на початок 2016 р. сягнула 506,8 млн.грн, «побивши антирекорди» за останні 10 років по всій Україні. На початок 2017 р. рівень заборгованості знизився до 412,3 млн.грн, але область так і залишилась першою у списку за найвищим рівнем заборгованості. За рівнем середньомісячної заробітної плати область не сильно відрізняється від інших областей зі стабільною економікою, оскільки на цей показник суттєво впливають доходи військовослужбовців та держслужбовців, які знаходяться у зоні АТО.

Наприклад, у м. Сєвєродонецьк середньомісячна заробітна плата працівників за 2016 рік склала 5216 грн., що на 33 грн перевищує рівень середньомісячної заробітної плати в Україні за цей період (5183 грн.).

Особливостями регіону є високий відсоток - 17,84 % від загальної кількості ВПО або 290393 осіб зареєстрованих в Луганській області [2]. Зростання кількості населення в результаті внутрішніх міграцій вплинуло на збільшення додаткового навантаження на об'єкти соціальної інфраструктури. Проте завдяки підтримці міжнародних донорських організацій у соціальній сфері відбулись позитивні зміни. Так, 2016 рік виявився одним з найкращих для розвитку медицини в м. Сєвєродонецьк. Придбано обладнання та інструментарій для кардіологічного, хірургічного, дитячого інфекційного, педіатричного, урологічного, гінекологічного, онкологічного, травматологічного та інших відділень. Покращено матеріальне-технічне оснащення, проведено ремонтні роботи в закладах охорони здоров'я, що вивело медичне обслуговування в місті на якісно новий рівень. Обсяг залучених іноземних інвестицій в економіку міста в 2016 році в якості залученої донорської допомоги, технічної допомоги міжнародних організацій склав 58,5 млн. грн.

Таким чином, Луганська область за багатьма показниками є економічно та соціально небезпечною територією і проблеми економічного сектора становлять високу загрозу соціальній безпеці. В період проведення АТО приватні інвестиції в регіон не надходять, тому дуже важливими є державні інвестиції, програми розвитку регіону, підтримка міжнародних організацій. Одним з напрямів забезпечення соціальної безпеки є раціоналізація структури зайнятості на базі поліпшення якості робочої сили, розвитку її професійної мобільності, удосконалення політики оплати праці та створення сучасних високотехнологічних робочих місць. Другим напрямом є зміна галузевої структури області завдяки розвитку підприємств сільського господарства та харчової промисловості.

Список використаної літератури

1. Соціальна безпека: сутність та вимір. наук. доп. / О.П. Коваль. – К.: НІСД, 2016. - 34 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/public/File/2016_nauk_anal_rozrob/social_bezpek.pdf.

2. В Україні зменшилась кількість вимушених переселенців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.foundation101.org/news/20170301/

Чукурна Олена Павлівна
к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Одеського національного
політехнічного університету
Іщенко Юлія Сергіївна
студент
Сеянко Артем Андрійович
студент

ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Просування в соціальних мережах (SMM) є ефективним інструментом залучення клієнтів. SMM поки ще належить до інструментів нестандартного просування але, на сьогоднішній день, є найбільш перспективним. Маркетинг в соціальних медіа затребуваний як великими компаніями, лідерами ринку, так і як компаніями малого та середнього бізнесу, які використовують SMM для власного просування і налагодження контакту зі своїми споживачами. SMM не володіє миттєвим ефектом, але дає довгостроковий результат за умови його цільового і правильного використання. Його основною перевагою є низька ціна вкладень в порівнянні з можливим ефектом від проведених заходів.

За статистичними даними, щодня 95% всіх користувачів Інтернету заходять в соціальні мережі і ведуть бесіди про товари, компанії, послуги, діляться своїми думками і враженнями. В результаті навіть один учасник мережевого співтовариства може вплинути на репутацію компанії з багатомільйонним обігом, висловивши позитивний або негативний відгук. Адже 87% користувачів соціальних мереж більше довіряють онлайн-думці, а не офіційній інформації [1].

Маркетинг в соціальних мережах включає в себе безліч методів роботи. Найпопулярніші з них - це побудова спільнот бренду (створення представництв компанії в соціальних медіа), робота з блогосферою, репутаційний менеджмент, персональний брендинг і нестандартне SMM-просування.

Моніторинг соціальних мереж дає можливість проаналізувати діяльність компанії, визначити її місце на ринку і оцінити ефективність діяльності конкурентів. Спеціально розроблені сервіси моніторингу ефективності роботи в соціальній мережі допомагають оцінити, контролювати і прогнозувати діяльність компанії в соціальних медіа. Системи моніторингу дозволяють відстежувати згадки бренду в блогах, форумах, соціальних мережах, досліджують ринки, вивчають діяльність конкурентів, і представляють результати моніторингу в зручному аналітичному інтерфейсі з функціями командної роботи. Регулярна робота з моніторингу та реагування на згадки компанії в соціальних мережах дозволить створити позитивний образ компанії.

В даний час все більшу популярність здобувають геолокаційні соціальні мережі, такі як Foursquare. Саме ці сервіси, які вказують користувачеві його місцезнаходження, будуть все ширше використовуватися компаніями маркетингових та PR-акціях. Завдяки функції геолокації бренди можуть виділяти потенційних споживачів в контексті місця і часу, і більш ефективно впливати на споживчі переваги. В Foursquare стандартними елементами взаємодії з аудиторією є рекомендації, огляди, купони, програми лояльності, знижки та багато іншого [2].

Цікавий, різноплановий контент є рушійною силою соціальних мереж, а життєздатність спільноти залежить в першу чергу від того, наскільки розміщена в ньому інформація відповідає інтересам цільової аудиторії. Саме тому необхідно розміщувати анонси майбутніх заходів, пост-релізи заходів, використовувати відео, розміщувати фотографії, вести діалог з учасниками спільноти, відстежувати і оперативно реагувати на негативні відгуки і вживати заходів щодо усунення недоліків, заохочувати позитивні коментарі і репост інформації, обговорювати проблеми, збирати ідеї для розвитку компанії, а також контактувати з провідними блогерами та ЗМІ.

За допомогою Twitter компанії тримають своїх «фоловерів» (тих, хто підписався на стрічку в Twitter) в курсі подій. Особливо привертає увагу користувачів онлайн-трансляції заходів в стрічці Twitter з публікацією фотографій під час події. Важливим моментом є регулярне оновлення сторінок, розміщення актуальної інформації і підтримку новинної стрічки з метою фіксації інтересу спільноти. Завдання компаній виділити ключового фахівця, який може стати авторитетним лідером думок і буде вести діалог з аудиторією, коментувати новини, давати інтерв'ю або вести свій персональний блог [3].

Основною проблемою, на нашу думку думку, є невміння правильно використовувати соціальні мережі для розвитку бренду, відсутність кваліфікованих фахівців, складність викликає моніторинг ефективності роботи в соціальних мережах. В даний час компанії не готові виділяти кошти на просування бренду в соціальних мережах, що є підтвердженням недооцінення важливості такої роботи.

Таким чином, можна зробити наступний висновок: поява і популяризація соціальних мереж докорінно змінили не тільки процес комунікацій, а й процес ведення бізнесу. Робота в соціальних мережах є важливим інструментом маркетингової комунікації, використання якого впливає на успіх і процвітання компанії в цілому.

Список використаної літератури

1. Маркетинг в соціальних мережах. [Електронний ресурс]. Режим доступа: http://ru.wikipedia.org.

2. (SMM) Маркетинг соціальних медіа. [Електронний ресурс]. Режим доступа: www.pro-spo.ru.

3. Реклама в Twitter. [Електронний ресурс]. Режим доступа: www.siteglobal.com.

Чукурна Олена Павлівна
к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Одеського національного політехнічного університету
Конак Євгенія Іванівна
Одеський національний політехнічний університет
Товкан Дар'я Миколаївна
Одеський національний політехнічний університет

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК НОВИЙ ЕТАП ЕВОЛЮЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ ТРАДИЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

Високі темпи науково-технічного прогресу і розширення виробництва товарів, які користуються попитом у населення, вимагають нових підходів і трансформації поглядів на управління маркетингом. Розвиток інформаційного суспільства, смарт-економіки, процесів глобалізації викликають необхідність використання цифрового маркетингу, при цьому сама парадигма цифрового маркетингу постійно розвивається, створюючи умови для успішного розвитку та конкурентного позиціонування бізнесу.

Digital Marketing (цифровий або інтерактивний маркетинг) – застосування різного роду форм цифрових каналів з метою кар'єри бренду. Сюди можна віднести: телебачення, радіо, інтернет, соціальні медіа та інші форми. Digital Marketing, які взаємопов'язані з інтернет маркетингом, де вже розвинені ряд технік, що дають можливість знайти і залучити потрібну аудиторію також в оффлайн середовищі (використання додатків в телефонах, sms/mms, рекламні дисплеї на вулицях і т. д.) [1].

Завданнями цифрового маркетингу є наступні: створення нової торгової марки, бренду або продукту на ринок; поліпшення в плані пізнаваності; залишитися якомога довше на ринку; активізувати продажу [2].

Основні переваги цифрового маркетингу полягають в наступному: зацікавленість споживачів товаром; відсутність обтяжень (територіальних); загальнодоступність ресурсів; швидко приймати інформацію, пов'язану зі знижками та акціями на товари; використання можливостей real time [2].

Існують агентства Digital Marketing, де надають послуги цифрового маркетингу на відміну від інших агентств, вони надають такі послуги, як: створення програми розвитку компанії; рекламний розвиток; розвиток бренду в соціальних мережах; використання системи акцій і знижок для приваблення покупця. Основним принципом розробки цифрової реклами є відмінності в технологіях просування товарів та послуг. Концепцію Digital Marketing

відрізняють від традиційного маркетингу наступні відмінності, які існують в системі просування:

– digital - це не канал, digital - це технологія;

– люди не говорять про рекламу, люди говорять про те, що їм цікаво;

– не дражніть людей нав'язуванням, залучайте їх до того, що їм буде дійсно цікавим;

– не робіть їх участь складним, робіть частину роботи за них;

– не оцінюйте результати після закінчення кампанії, оцінюйте проміжні значення в процесі і працюйте з ними;

– не будьте дуже серйозними - розважайтеся [3].

Цифровий маркетинг поділяється на:

– Pull-форму - це витяг. При Pull-формі покупець самостійно робить вибір при використанні інформації до якої він звертається за власним бажанням.

– Push-форму - це проштовхування. При цій формі покупець не контролює інформування посиланнями та смс з боку рекламодавця [2].

Сучасне суспільство підносить тенденції Digital Marketing. Переваги людей постійно змінюються і нові тенденції стають також швидко не актуальними, як і виникають. Тому одним з головних завдань є тісно контактувати з даною аудиторією. Але Digital Marketing в цьому випадку має перевагу, так як він підтримує і формує імідж, продажу і зворотний зв'язок. Інструменти Digital Marketing мають переваги порівняно з ТВ-рекламою, так як він відкритий для малого бізнесу.

Виділяють дванадцять правил існування цифрового маркетингу:

1. Споживачі вже не пасивні глядачі і навіть не цільова аудиторія, а активні учасники, які повинні залучатися як творці, коментатори і розповсюджувачі.

2. Від маркетологів потрібно більш ефективне планування і вихід за рамки традиційних показників частоти та охоплення, оскільки успіх цифрового маркетингу передбачає постійне залучення споживачів у процес.

3. Маркетологи повинні визначити, який найбільш ефективний набір каналів задовольнить їх маркетинговим цілям. Головне, щоб споживачі адаптувалися в сфері цифрового маркетингу і застосували його до своїм особистим уподобанням.

4. Маркетологам потрібно тепер якісний контент, щоб забезпечити постійний інтерес споживачів, так як у цифровому маркетингу зміст буде все більше незалежно від особливих способів поширення.

5. Роль маркетологів полягає в тому, щоб заохочувати, стимулювати, навіть ініціювати споживачів створювати контент у відповідності з загальною політикою торговельної марки.

6. Листування із споживачами повинна вестися виходячи із заявлених переваг кожного і лише з їх дозволу.

7. Маркетологам необхідно освоювати більший набір варіантів медіа, які передбачають систему показників.

8. Маркетологам необхідно стати ключовою складовою спілкування з споживачами, використовуючи цифрові технології, але не з метою нав'язування своєї волі, а для вираження своєї точки зору.

9. Маркетологам тепер потрібні більш передові підходи, оскільки центр уваги переміститься на роботу з кожним споживачем, діалог з ним.

10. Бази даних стануть основою використання цифрових каналів. Маркетологи повинні використовувати їх для більш докладного опису споживачів з точки зору поведінки і психографіки.

11. Маркетологи повинні використовувати аналіз даних в режимі реального часу, так як маркетинговий підхід, заснований на прийнятті рішень, виходячи з статистичної інформації, яка не відповідає вимогам сьогоднішнього часу.

12. Щоб постійно покращувати взаємодію з споживачами, все буде вимірюватися і оптимізуватися допомогою адресних каналів у маркетинг-міксі [3].

Існують канали цифрового маркетингу. Ними є цифрове телебачення (в Україні вже здійснюється частковий перехід на цифрове ТБ), інтернет і мобільні пристрої, інтерактивні екрани і POS - термінали.

Digital Marketing не передбачає жорстких схем. Як і в традиційному маркетингу, є більшість методів досягнення успіху. Професіонал у сфері маркетингу може створити якусь програму бізнес діяльності фірм спираючись на основу корпоративного сайту, однак інші фахівці можуть прийти до успіху завдяки іграм і відеороликів. Буде не правильно, якщо говорити про наявність лише одного правильного способу розвитку Digital Marketing, однак для його продовження потрібно дотримуватися певних постулатів.

Список використаної літератури:

1. Секреты маркетинга [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://smmrostov.ru/digital-marketing

2. Цифровой маркетинг. Мода или требование времени? [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.dbanking.biz/marketing/cifrovoy-marketing-moda-ili-trebovanie-vremeni.html

3. Digital marketing (диджитал маркетинг, цифровой маркетинг) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.liveinternet.ru/users/lena_samojlova/post165609466

4. Digital marketing – цифровой маркетинг [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.protorg.com/node/1321

Чукурна О.П.
к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Одеського національного політехнічного університету
Одиноков Р. Д.,
студент

ЗАКОРДОНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАЧАНЬ

Четверта промислова революція сприяла появі нових технологій, які фундаментально змінюють вже існуючи логістичні системи та функції. До основних характеризуючи елементів четвертої промислової революції відносять наступні[1]:

- Кіберфізична система (*Cyber-Physical System* (CPS)), яка представляє вбудовані комп'ютерні та мережеві технології, що використовують для управління процесом виробництва й логістики та отримання зворотньої інформації.
- Інтернет речей - це поєднання різних складових (сенсорів, смартфонів та інших гаджетів) через інтернет для досягнення спільних цілей.
- Інтернет послуг - надання послуг постачальниками через мережу Інтернет.
- Розумний завод (*Smart Factory*) - це завод, обладнання на якому автоматизоване, управляється комп'ютером і яке може отримувати зворотню інформацію про стан об'єкта у фізичному просторі за допомогою гаджетів.

Проектування промисловості в рамках четвертої промислової революції здійснюється згідно наступних ключових принципів [1]: взаємодія (*Interoperability*); віртуалізація (*Virtualization*); децентралізація (*Decentralization*); режим реального часу (*Real-Time Capability*); орієнтація на поточне обслуговування (*Service Orientation*); модульність (*Modularity*). Всі ці принципи найбільш активне застосування знайшли в роботі великих логістичних компаній. Найбільш успішний приклад досягнень четвертої промислової революції демонструє компанія Amazon. Накопичений досвід якої в сфері організації ланцюгів постачання є дуже прогресивним, що забезпечує їй значні конкурентні переваги. Проаналізований досвід її роботи на ринку логістичних послуг дозволяє відокремити наступні тенденції, які формують її конкурентні переваги.

Використання автоматизованих логістичних систем та робототехніки в складській логістиці. Найбільший ривок з впровадження роботехніки в ланцюжок поставок зробила Amazon, коли придбала Riva Robots. У зв'язку з цим активізувалися інші компанії. Так компанія Starship створила

робота, який доставляє різні продукти на ринок єврозони. Так само компанії звертаються до роботів для того, щоб знайти спосіб скорочення витрат за рахунок представників служби підтримки та можливості підтримці цілодобової роботи за рахунок робототехніки. Незабаром, роботи отримають величезний спектр взаємодії зі складом. Починаючи від звичайної сортування продукту до вибору підходящого товару для покупця. Згідно з даними IDC Manufacturing Insights, використання робота-слуги дозволить скоротити витрати на розпакування і обслуговування до 30%. Це говорить про те, що питання роботизації ланцюжків поставок буде стояти найбільш гостріше, ніж будь-коли.

Нові підходи до практики закупівель. Чим більше відточена практика закупівель, тим краще проходять продажи, але сьогодні роль закупівель в області продажів стала ще більш важливою. У 2017 році закупівлі забезпечують до 67% продажів, оскільки менеджери із закупівель шукають інноваційні способи виробляти ефектні продукти. Так, фахівці із закупівель з компанії Amazon постійно проводять аналіз тенденцій ринку до здійснення покупок. Після аналізу можна сформувати правильний прогноз попиту і обсягу закупівель. Так, роль закупівель стала глибшою і зосередженою. Це великий стимул для менеджерів із закупівель, щоб бути максимально обізнаним в ринкових новинах і проводити дослідження, а не просто підписувати замовлення на покупку в офісі.

Майбутнє за e-commerce. Компанія Amazon та її ланцюжок поставок здійснив неможливе: дозволив ринку електронної комерції продавати будь-який товар в Інтернеті від будь-якого виробника. Але завдяки цьому прориву, почали з'являтися нові платформи e-commerce, які вирішили змагатися з Amazon й не віддавати частину своїх акцій. Так, Walmart & Kmart перетворили свій інтерфейс в сфері електронної торгівлі для споживачів, зробивши його більш простим і доступним з точки зору навігації і придбання нового товару. До того ж, під час пошуку продукту споживач може вибрати варіанти доставки з партнерського списку Wayfair. Розвиток e-commerce призвів до того, що замовлення можна зробити де завгодно, й доставку можна здійснити куди завгодно, будь то будинок або офіс. В результаті, компанії будуть шукати варіанти партнерських угод для того, щоб залишатися конкурентоспроможними, перебуваючи на ринку з Amazon.

Гнучкі системи управління. Традиційні системи управління складом (WMS) не мають можливості інтеграції з іншими системами, а стратегія закупівель не завжди може бути правильно прогнозованою. Це призводить до затримок і проблем в операціях. Однак, інноваційні системи управління, наприклад система управління транспортом (TMS), інтегруються з системами управління складом. Це дає більше можливостей доступу та персоналізації. Інакше, доступність і персоналізація дають можливість менеджерам і співробітникам складу тестувати нові процеси, створювати їх, ефективно управляти потоками товарів. У цьому зараз активно допомагають мобільні пристрої: від Android-планшетів до сканерів штрих-кодів. Використання

мобільних пристроїв зменшує невідповідності та помилки в ланцюжках поставок. Завдяки сучасним тенденціям в сфері Industrial Internet of Things (IIoT), більшу кількість даних призведе до більш ефективних процесів, створюючи позитивний цикл зворотного зв'язку у всій організації.

Планування. Досвід компанії Amazon показав, що відсутність грамотного планування призводить до зменшення частки малого та середнього бізнесу. Слід враховувати і стихійні лиха. Так, на усунення витрат через стихійні лиха йде 221 млрд. дол. США від глобального ланцюга поставок. Найбільшу частку вносить компанія Amazon. Завдяки цьому ланцюжок поставок компанії завжди в змозі підтримувати операції під час будь-яких природних і техногенних катастроф. Все це досягається завдяки якісному плануванню на випадок непередбачених ситуацій. Інтернет речей надав також можливість менеджерам планувати і прогнозувати всілякі затримки і надзвичайні ситуації в режимі реального часу з максимальною точністю. Отже, ланцюжки поставок можуть реагувати відповідним чином і перенаправляти ресурси для підтримки операцій. Але ключем до використання цієї інформації є знання того, що робити і як це робити, коли відбувається подія. Іншими словами, в 2017 році все більше компаній будуть диверсифікувати мережі розподілу, постачальника та складу, щоб підготуватися до того, що може статися в майбутньому.

Навіть транснаціональним компаніям треба визнати – компанія Amazon лідер інновацій в сфері розвитку ланцюга поставок. Вони перші виходять на рівень 5PL і завжди слідкують за сучасними тенденціями. Як правило, якщо компанія-конкурент тільки збагнула про нові технології, Amazon вже їх реалізував. Але ніхто не заважає використовувати тенденції, які привів в дію Amazon і адаптувати під свої реалії. Це допоможе бути конкурентоспроможними й розвиватися далі. Складнощі глобального ланцюга поставок залежать від готовності компаній скористатися новими тенденціями і технологіями сьогодні й завтра.

Список використаної літератури

1. Mario Hermann, Tobias Pentek, Boris Otto (2015). Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios: Technische Universitat Dortmund
2. Клаус Шваб. Четвертая промышленная революция. – М.:Эксмо, 2016. – 208с.

Яковенко Роман Валерійович
к. е. н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
маркетингу та економічної кібернетики
Центральноукраїнський національний технічний університет
Головатій Вікторія Ігорівна
студентка

ДЕРЖАВНЕ СПРИЯННЯ СТАНОВЛЕННЮ РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

Вітчизняний ринок інформаційних технологій перебуває на стадії активного становлення. Зокрема збільшується ринок комп'ютеризації підприємств, розширюється мережа доступу до Інтернет, зафіксовано відчутне збільшення експорту української програмної продукції та технологічних послуг.

Під інформаційними технологіями розуміють систему методів і способів збирання, накопичення, зберігання, пошуку та оброблення інформації на основі використання засобів обчислювальної техніки. Можна відзначити такі характеристики українського ІТ-ринку: зростання професіоналізму серед ІТ-фахівців та компаній-замовників, що сприяє грамотнішому вибору технологій виконання бізнес-завдань із урахуванням майбутнього розвитку; зростаючий інтерес організацій та підприємств до бізнес-рішень для підвищення ефективності роботи; усвідомлення необхідності автоматизації процесу управління інформацією та збереженням даних з метою отримання конкурентних переваг; необхідність відповідності до законодавчих вимог; прагнення до збільшення прозорості бізнесу та інвестиційної привабливості [1].

У 2014 р. ринок програмного забезпечення зріс на 6 % і становив 300 млн дол., ринок ІТ-послуг збільшився на 5,8 % – до 308,8 млн дол. і ринок хмарних сервісів збільшився в 2,8 рази – до 5,8 млн дол. Зі зростанням галузі та посиленням конкуренції, ще одним показником надійності постачальника стало проходження фінансового аудиту у авторитетного міжнародного аудитора. Україна увійшла до числа країн, які найбільше поліпшили свої результати в 2012–2014 рр. за напрямками, вимірюваними звітом „Doing Business", що також, безсумнівно, є позитивним моментом і для українського ІТ-ринку. До 2020 р. Україна має намір вийти в лідери в галузі ІТ-аутсорсингу [4, с. 30]. Новий проект, який передбачає створення 100 тис. робочих місць у цій сфері, запускає український уряд разом із представниками ІТ-компаній. Очікується отримання доходів більше ніж 10 млрд. доларів від експорту ІТ-послуг у США і ЄС, а також 1 млрд. доларів інвестицій у розширення і модернізацію освітньої системи.

У 2013 р. створено перший в Україні грантовий фонд у галузі інформаційних технологій – Global Technology Foundation, метою якого є підтримка ІТ-проектів у сфері державних послуг, зв'язку, медіа, освіти, охорони здоров'я, хмарних обчислень. Серед пріоритетних напрямів розвитку та реформування сфери інформаційних технологій в Україні виділяють:

– ІТ-аутсорсинг, тобто переведення внутрішнього підрозділу чи підрозділів підприємства та пов'язаних з ним всіх активів в організацію-постачальника послуг, що пропонує надати певну послугу протягом визначеного періоду часу за встановленою ціною;

– науково-дослідні центри, які доцільно створювати на засадах державно-приватного партнерства; електронна комерція;

– стартапи, які, за оцінками аналітиків, формують важливий сектор ІТ-ринку;

– ІТ в державному секторі – модернізація системи автоматизації, починаючи від митного контролю та закінчуючи впровадженням електронного уряду, потребує значних інвестицій, однак є виправданою у перспективі.

Основною стратегічною метою розвитку інформаційного суспільства в Україні є прискорення розробки та впровадження новітніх конкурентоспроможних інформаційних технологій в усі сфери суспільного життя, зокрема в економіку України, що дасть змогу підвищити конкурентоспроможність України, продуктивність праці в усіх сферах економіки, ступінь розвитку інформаційної інфраструктури, зокрема, українського сегменту Інтернет, збільшити частку наукомісткої продукції, сприяти якості та доступності послуг освіти, науки, культури, охорони здоров'я за рахунок впровадження інформаційних технологій, розширити можливості людини отримувати доступ до національних та світових інформаційних електронних ресурсів, створити нові робочі місця, покращити умови роботи і життя людини. Для успішного розвитку ІТ-сфери України державі необхідно:

– створити прозорі та стабільні правила ведення бізнесу;

– гарантувати безпеку бізнесу;

– сприяти розвитку внутрішнього ринку, зокрема продуктових компаній;

– забезпечити якісну підготовку професійних кадрів для ІТ-сфери;

– сформувати позитивний ІТ-імідж України;

– створити адекватну та здорову фіскальну систему тощо.

Важливим глобальним чинником, який впливає на розвиток ІТ в Україні, є підписання Угоди про Асоціацію з ЄС. У межах цієї угоди необхідно забезпечити реалізацію низки кроків, які стосуються ІТ-сфери, зокрема:

– імплементація Конвенції про кіберзлочини; визнання європейських цифрових підписів; визначення комп'ютерних послуг на основі Кодексу ООН CPC84;

– розробка законопроекту, спрямованого на адаптацію до норм європейського права у сфері IP (Internet Protocol);

– покращення трудового законодавства;

– залучення України до програми COSME (Competitiveness of enterprises and SMEs);

– запровадження е-уряду та окремих елементів (е-суд, е-закупівлі тощо) (у 2012 р., наприклад, Україна займала 122 місце з 138 країн з Е-готовності уряду та 75 місце з використання урядом інформаційних комп'ютерних технологій);

– законодавче стимулювання науково-дослідних центрів та нових підприємств ІТ-сфери;

– скорочення кількості регулювальних та контролювальних органів, усунення дублювання їх функцій;

– розвиток співпраці у сфері інноваційної діяльності між державою, суб'єктами підприємництва, навчальними закладами та науково-дослідними інституціями;

– визначення на законодавчому рівні понять "бізнес-центр", "бізнес-інкубатор", "кластеризація", "субконстрактація";

– заохочення суб'єктів підприємництва до соціальної відповідальності бізнесу;

– реформування податкової політики (першим кроком є прийняті закони „Про державну підтримку розвитку індустрії програмної продукції" та внесення змін в Податковий кодекс України, що встановлюють особливий порядок оподаткування для ІТ-сфери) тощо.

Отже, для ефективного розвитку ІТ-ринку в Україні з боку держави необхідно мати цілісне бачення ІТ-індустрії; виділення ІТ-індустрії в пріоритетну галузь; державні стимули та підтримка розвитку галузі. З боку представників ІТ-ринку слід формувати асоціації, кластери та інші об'єднання ІТ-компаній; делегування своїх представників до органів влади; розроблення власних ініціатив та їх просування через профільні спілки.

Список використаної літератури

1. Бабанін О. С. Статистика розвитку ІТ-ринку в США, Україні й світі / О. С. Бабанін // Статистика України. – 2013. – № 1. – С. 22–27. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/ j-pdf/su_2013_1_6.pdf.

2. Кулинич О. О. Напрями розвитку ІКТ-сфери у забезпеченні належного рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку ІТ-послуг / О. О. Кулинич, С. В. Войтко. // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 1. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_1_60.pdf.

3. Пиріг С. О. Інформаційні технології та їх використання на підприємствах України / С. О. Пиріг, О. А. Нужна // Економічний форум. – 2014. – № 3. – С. 190–195. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfor_2014_3_30.pdf.

4. Сандугей В. Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на розвиток українського ринку праці / В. Сандугей // Україна : аспекти праці. – 2014. – № 1. – С. 29–34.

Яковенко Роман Валерійович
к. е. н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
маркетингу та економічної кібернетики
Центральноукраїнський національний технічний університет
Головатій Вікторія Ігорівна,
студентка

ВПЛИВ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ В МЕЖАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Набуття Україною незалежності у 1991 році розглядалося і розглядається Росією як історичне «непорозуміння», яке повинно бути якнайшвидше виправлене, що довели події з 2014 року зі сторони російського суспільства. Спробуємо визначити, яким буде вплив російської агресії на економічну безпеку України та глобального світу.

Глобалізація допомагає перетворювати певні явища на планетарні. Основними наслідками глобалізації є міжнародний поділ праці, міграція людських та виробничих ресурсів, стандартизація законодавства, економічних та технічних процесів, а також зближення культур різних країн.

Специфіка нинішнього етапу українсько-російських економічних відносин полягає у тому, що вони набувають конфліктного характеру з Росією. Тому, до економічного конфлікту додалися нові елементи, відбувається зміна характеру економічних відносин на різних рівнях їх реалізації: державному й приватному. Також посилився вплив на функціонування економічних відносин двох країн і на українську економіку воєнних, інформаційно-психологічних, соціальних й адміністративних факторів. До того ж помітно зріс безпосередній та опосередкований вплив інших держав та міжнародних організацій на розвиток двосторонніх українсько-російських економічних відносин [2]. Основними передумовами виникнення протистояння, яке переросло у збройну агресію Росії проти України, є:

- намагання Росії відновити та розширити контроль над частиною світу та утримати за собою світову гегемонію, втрачену з розпадом СРСР та економічним занепадом;
- намагання України в умовах економічного, політичного та інформаційного тиску з боку Росії зберегти та розширити свою незалежність;
- встановлення в Росії авторитарного режиму з елементами фашизму та нацизму;
- слабкість державних інститутів України [1].

Нинішній конфлікт в Україні не вирішено. Ймовірність виходу із ситуації найближчими роками видається примарною, критичним є соціально-економічні

та суспільно-політичні ускладнення у самій країні. Триває деградація політичного режиму, втрата довіри більшості населення до існуючої політичної влади, а РФ, незважаючи на міжнародний тиск, продовжує свою агресивну геополітичну поведінку у світі, навіть за умов погіршення соціально-економічної ситуації поки що зберігається керованість управління державою та соціальна стабільність. Росія прагне не лише зберегти свій колишній економічний та політичний вплив на Україну, а й навіть посилити його, зберегти статус наддержави, свій політичний та економічний вплив у світі, Європі та, особливо, на теренах колишнього СРСР. Утім, конфлікт з Україною надзвичайно ускладнив російській стороні досягнення цих геополітичних цілей. Загострення відносин Росії з іншими країнами не лише у військово-політичній, а й економічній сферах стає дедалі більшим.

Перед Україною ці події поставили проблеми якнайшвидшого збереження її територіальної цілісності, реальної політичної та економічної незалежності й посилення інтеграційних процесів з Європейським Союзом, що суперечить інтересам Росії. Не можна не згадати й про те, що нинішнє українсько-російське протистояння тісно переплітається з воєнно-політичними аспектами міжнародних відносин. Таким чином міжнародне значення визначається не масштабами фінансово-економічних втрат, а геополітичною та геоекономічною вагою конфлікту України та Росії у глобальному масштабі.

Процеси глобалізації призвели до усвідомлення необхідності формування єдиного європейського соціально-економічного і політичного простору на основі демократичних цінностей та прогресивних моделей розвитку, що отримало організаційну побудову у вигляді Європейського Союзу з його спільними політичними, безпековими та економічними структурами.

Зокрема, для України найпотужнішими неекономічними чинниками, що впливатимуть на розвиток вітчизняної економіки, будуть військове протистояння з Росією, насамперед на Донбасі, очікуваний дефіцит енергоносіїв і посилення соціальних проблем. Для Росії ж подібними неекономічним чинниками впливу на її господарський комплекс є глобальне військове протистояння з НАТО, насамперед зі США, та внутрішні соціальні проблеми, які можуть виникнути у зв'язку зі змінами, що відбуваються протягом років, у російській зовнішній політиці.

Для України це вдалий період для структурної перебудови економіки – відмови від російського газу, вугілля як енергоносіїв, розвитку та відновлення ВПК, людиноцентризму в промисловій та соціальній політиці.

Список використаної літератури

1. С. Кулицький. Економічні аспекти нинішнього українсько-російського протистояння [Електронний ресурс] / С. Кулицький. – Режим доступу : http://www.nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=387:ekonomichni-aspekti-ninishnogo-ukrajinsko-rosijskogo-protistoyannya-4&catid=8&Itemid=3502.

2. Актуальні виклики та загрози регіональній безпеці : висновки для України : аналітична доповідь [Електронний ресурс] / Б. О. Парахонський, Г. М. Яворська та ін. ; за заг. ред. К.А. Кононенка. – К., червень 2014 р. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/2014_table/0625_dop.pdf.

Яковенко Роман Валерійович
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
маркетингу та економічної кібернетики
Центральноукраїнський національний технічний університет
Придибайло Юлія Олександрівна,
студентка

НОВІТНІ ПІДХОДИ ДО КОНЦЕПЦІЇ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Багато експертів в Україні вважають, що головною причиною гальмування інноваційного розвитку в країні є дефіцит фінансових ресурсів [6, с. 434]. Недооцінка ролі людського чинника та методології його дослідження – ось справжнє джерело гальмування економічного розвитку.

Людський потенціал – відносно нове поняття, яке характеризує надбання людської цивілізації, подолання невідповідності між економічними, продуктивними складовими людини та її суспільними, громадянськими якостями. Це важлива віха на шляху переходу від „людини економічної" до „людини творчої", перетворення її на мету, критерій і головний рушій прогресу цивілізації [8, с. 41].

Унаслідок аналізу літературних джерел [1–7] виявлено та систематизовано низку проблем, що стосуються людського потенціалу:

- Недооцінка впливу людського розвитку на економічне зростання держави. Це є однією з головних причин розриву в рівнях розвитку між Україною та іншими розвиненими країнами світу [3, с. 34]. Влада на всіх рівнях державного управління (особливо на місцевому) повинна визнати, що людський розвиток є як кінцевою, так і ключовою метою успішної державної політики, що вимагає збалансованої діяльності органів влади, спрямованої на пошуки дієвих механізмів державного управління у сфері людського розвитку.

- Відсутність стабільного фінансування. Видатки на освіту, охорону здоров'я та соціальний захист часто розглядаються як „витрачання" бюджетних коштів, тоді як соціальні інвестиції могли б суттєво і тривало вплинути на розвиток України. З усіх видів інвестицій у людський капітал

найважливішими є вкладання в охорону здоров'я, загальну та фахову освіту, оскільки дають значний за обсягом та довготривалий за часом економічний та соціальний ефект [5, с. 133]. Наслідки такого недоінвестування – це стрімке падіння народжуваності, висока смертність чоловіків працездатного віку (особливо в промислових регіонах), високий рівень дитячої смертності до одного року, неможливість отримати якісне медичне обслуговування населенню пенсійного віку та людям, які мають низький рівень доходу.

- Пасивна соціальна політика. Соціальна політика України зосереджена здебільшого на наданні допомоги бідним, аніж на зменшенні бідності шляхом розширення можливостей. Відсутні ефективні стимули для працівників (матеріальної і моральної спрямованості), оптимальні умови трудової діяльності.

- Низький рівень консолідації суспільства. В Україні існує гостра необхідність реалізувати стратегію людського розвитку, в якій буде об'єднана державна політика в таких галузях як демографічний розвиток, охорона здоров'я, зайнятість і оплата праці, соціальний захист, регіональний розвиток, освіта [4, с. 16]. Це повинно передбачати активну участь усіх зацікавлених сторін у досягненні позитивного результату та залучення до вирішення питання інтелектуального потенціалу нації у вигляді підтримки молодих вчених та науковців.

- Недостатнє інформаційне забезпечення підтримки соціальних проектів і програм спрямованих на формування умов сталого людського розвитку в усіх сферах суспільного життя; низький доступ людей до ресурсів, офіційних даних, прав і послуг, необхідних для участі в житті суспільства.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити такі висновки. Теоретичною базою для становлення концепції людського розвитку стала теорія людського капіталу. Концепція людського розвитку сприяє розвитку, формуванню, нагромадженню та ефективному використанню людського капіталу, а отже, концепція людського розвитку і теорія людського капіталу мають різні цілі та напрями дослідження хоч при цьому об'єкт дослідження один і той же – людина та її потенціал [2, с. 10]. Якщо людський капітал аналізує дедалі зростаючу роль людини у виробництві, то людський потенціал аналізує також її роль у суспільстві, інтелектуалізацію праці, поглиблення взаємодії економічного, соціального та духовного аспектів життєдіяльності людини. Поряд із продуктивними якостями людини, як фактору виробництва, зростаючу роль відіграють культурні, соціально-психологічні та духовні потенції людини [8, с. 41].

Основне завдання концепції людського розвитку – створення державою і суспільством умов для розширення можливостей людей прожити довге і здорове життя, отримати достатньо високий рівень освіти, мати матеріальні засоби для гідного існування [1, с. 135-142]. Для успішного розвитку економіки необхідно не просто удосконалення продуктивних якостей людини, але й зростання інтелектуального, соціального і духовно–культурного рівня людини,

перехід людського чинника на якісно новий ступінь, адекватний новому етапу соціально–економічного прогресу [7, с. 187].

Список використаної літератури

1. Бактимирова З. З. Безопасность в концепции развития человека / З. З. Бактимирова // Общественные науки и современность. – 2002. – № 6. – С. 135–142.
2. Безтелесна Л. Людський розвиток : підходи до трактування суті та умов його забезпечення / Л. Безтелесна // Економіка України. – 2009. – № 7 (572). – С. 4–12.
3. Близнюк В. Оцінка людського потенціалу економічного зростання України : теорія та практика / В. Близнюк // Україна : аспекти праці. – 2006. – № 5. – С. 30–34.
4. Стефанишин О. В. Людський потенціал економіки України : [монографія] / О. В. Стефанишин. – Л. : ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2006. – С. 16.
5. Человеческий потенциал (“Доклад о развитии человека за 1995 г.”) Уровень развития человеческого потенциала // Общество и экономика. – 1996. – № 5. – С. 133.
6. Яковенко Р. В. Інноваційна діяльність в Україні : проблеми та перспективи / Р. В. Яковенко, А. М. Чернега // Наук. праці Кіровоградського нац. техн. ун-ту : Економічні науки. – 2012. – Вип. 22, Ч ІІ. – С. 434–439.
7. Яковенко Р. В. Людський капітал та людський потенціал / Роман Яковенко // Наук. праці Кіровоградського нац. техн. ун-ту : Економічні науки. – Кіровоград : КНТУ. – 2013. – Вип. 24. – С. 186–193.
8. Яковенко Р. В. Тлумачний англо-український словник економічних термінів з елементами теорії та проблематики. Дидактичний довідник / Роман Яковенко. – [Вид. 2–ге, випр.]. – Кіровоград : видавець Лисенко В.Ф., 2015. – 130 с.

Яковенко Роман Валерійович,
к.е.н.,
доцент кафедри економічної теорії,
маркетингу та економічної кібернетики,
Центральноукраїнський національний технічний університет
Степанов Олександр Олександрович
студент

ВНУТРІШНІ ТА ЗОВНІШНІ ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ ІНФЛЯЦІЇ

Проблема інфляції розглянута в багатьох працях як зарубіжних, так і українських авторів. У підручнику Н.І. Базилєва „Макроекономіка" інфляція трактується як дисбаланс між сукупним попитом і сукупною пропозицією, тобто підвищення загального рівня цін... [1, с. 86].

Лаврушин О.І. розглядає інфляцію як „знецінення грошей, падіння їх купівельної спроможності, що викликається підвищенням цін, товарним дефіцитом і зниженням якості товарів і послуг [2, с. 80].

Однак, найточнішим, на нашу думку, є таке визначення. Інфляція – це знецінення грошей, виражене у вигляді підвищення загального рівня цін. Підвищення цін на окремі товари не є інфляцією, нею вважається підвищення цін на усі товари [4, с. 195].

Для оцінки і вимірювання інфляції використовують показник індексу споживчих цін (ІСЦ), що відображає співвідношення закупівельної ціни певного набору споживчих товарів і послуг („ринковий кошик"), для даного періоду до сукупної ціни ідентичної і подібної групи товарів та послуг у базовому періоді.

Регіональні причини інфляції носять цілком самостійний характер. В одних регіонах коливання показника інфляції незначні, в інших, навпаки, більш стрибкоподібні і непередбачувані.

До основних регіональних чинників формування інфляції можна віднести: соціально-економічний стан економіки регіону, зростання тарифів на продукцію природних монополій, рівень валютних надходжень до регіону, ціни на енергоресурси, структуру економіки.

На економічну ситуацію в Україні впливають як внутрішні, так і зовнішні чинники, а саме: масивний відтік капіталу за кордон; „однобокі" регуляторні заходи Центробанку України; ігнорування ознак стагнації в економіці; практично нульовий приріст ВВП; „кримський фактор", що здійснює істотний тиск на економіку. Всі вони, тією чи іншою мірою, зробили інфляцію індикатором кризових явищ.

В умовах знецінення національної валюти сприяти розвитку національної економіки, стимулюванню попиту і відповідної пропозиції вітчизняних товарів

може підвищення конкурентоздатності вітчизняних товарів у зв'язку з їх відносною дешевизною. Однак, у тих умовах, в яких знаходиться держава, еластичність національного ринку не дозволяє в короткі терміни збільшити пропозицію вітчизняних товарів, що й відбивається на зростанні цін у національній економіці.

У світовій практиці соціально-економічні наслідки інфляції виражаються у:

- перерозподілі доходів між групами населення, сферами виробництва, регіонами, господарюючих суб'єктами, між боржниками і позичальниками;
- знецінення грошових накопичень населення, господарюючих суб'єктів, коштів державного бюджету;
- постійно сплачуваному інфляційному податку, особливо одержувачами фіксованих грошових доходів;
- нерівномірному зростанні цін, що збільшує нерівність норм прибутку в різних галузях;
- спотворенні структури споживчого попиту через прагнення перетворити товари, які знецінюються, у валюту;
- закріпленні стагнації, зниженні економічної активності, зростанні безробіття;
- знецінення амортизаційних фондів;
- активному розвитку тіньової економіки;
- зниженні купівельної спроможності національної валюти і спотворенні її реального курсу по відношенню до інших валют;
- загостренні соціальних суперечностей у суспільстві [3, с. 442].

Гіперінфляція, що являє собою зростання цін більше 100% на рік, яка викликає загальну руйнацію економіки [4, с. 196]. Вона перерозподіляє капітали зі сфери реального виробництва до сфери обігу, де вони швидше обертаються і приносять величезні прибутки; призводить до розладу товарообігу країни в зв'язку з порушенням закону грошового обігу; веде до деформації споживчого попиту, до „втечі від грошей" до будь-яких товарів, незалежно від реальної потреби в них; спотворює нормальну структуру співвідношення попиту і пропозиції; підсилює спекулятивну торгівлю; негативно впливає на кредит і кредитну систему; викликає глибокий розлад грошової системи.

Разом з тим інфляція не тільки підриває економічне зростання всередині країни, а й негативно впливає на міжнародні валютні відносини [3, с. 443]. Розглянемо ключові положення.

По-перше, зростання цін означає внутрішнє знецінення валют, падіння їх купівельний спроможності. Знецінення валют породжує валютний демпінг, експорт за цінами нижче світових.

По-друге, інфляція підвищує рівень світових цін. Під впливом інфляції ціни на світовому ринку за темпами зростання не тільки зрівнялися з темпами

зростання внутрішніх цін, а й перевершили їх, що експерти МВФ пов'язують з тимчасовим зростанням експортних цін на нафту.

По-третє, зростання цін послаблює конкурентоспроможність експортної продукції. Підриваючи конкурентоспроможність національного виробництва, інфляція тим самим посилює ріст зовнішньоторговельного дефіциту, ускладнює урівноваження платіжних балансів.

По-четверте, нерівномірність падіння купівельної спроможності валют посилює нееквівалентність валютних курсів, викликає невідповідність між офіційними і ринковими курсами валют, що надзвичайно ускладнює стабілізацію валютних курсів, робить необхідним перегляди курсових співвідношень. Однак кожна така зміна (девальвація або ревальвація) не тільки не усували причин нестійкості валютних курсів, а й навпаки, ще більше поглиблювали і загострювали їх, породжуючи безліч нових протиріч [3, с. 443].

Відтак, слід враховувати не лише внутрішні, а й зовнішні фактори інфляції, які мають різний ступінь впливу на національне господарство та різні можливості впливу на них. Це обов'язково слід брати до уваги в процесі розробки макроекономічної політики.

Список використаної літератури

1. Базылев Н. И. Макроэкономика [Текст] : учеб. пособие / [Н. И. Базылев, С. П. Гурко, М. Н. Базылева]. – М. : Инфра-М, 2004. – 190 с.
2. Лаврушин О. И. Деньги. Кредит. Банки [Текст] / О. И. Лаврушин. – М. : Кнорус, 2010. – 455 с.
3. Экономическая теорія : учеб. для студ. высш. учеб. заведений / Под ред. В. Д. Камаева. – [8-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2002. – 640 с. : ил.
4. Яковенко Р. В. Національна економіка : навч. посіб. / Роман Яковенко. – Кіровоград : „Пік", 2009. – 548 с. : іл.

Frolenko Kateryna Olehivna
MBA student
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

BUSINESS CONSULTING IN WAR-AFFECTED COUNTRIES

War and military conflicts have become quite frequent and due to globalization processes, the effects spread quickly around the world. Moreover, the scale of destruction that accompanies military conflicts is increasing, leading to an increase in

the number of refugees and displaced persons, so that, in order to avoid "unmanaged metropolises", developed countries are less willing to intervene in such conflicts. Macroeconomic environment suffers deeply when such events take place and therefore many companies require specialized advisory services to continue to operate. Consulting services tend to adapt to its clients' requirements and therefore there is space for studying how they do it and how this affects their business partners.

In order to receive the whole picture, global conflict situation was studied alongside with macroeconomic changes that take place when conflicts outburst, causing the companies to adjust to new emerging risks. Despite numerous studies of the impact of the First and Second World Wars on national economies, local armed conflicts and civil wars of the modern period have different specifics, tactics and intensity, which respectively affects their economic environment.

In order to measure the impacts of modern conflicts the study process included the analysis of macroeconomic indicators in countries of interest. Further research included analysis of reports of world's most influential companies that provide consulting services, such as McKinsey, Bain & Co, Deloitte and others. Their activity indicated how their services changed and adapted to macroeconomic downturns and therefore helped to stabilize certain business operations in the conditions of complete uncertainty.

Many conflicts studied proved to be quite unexpected and costly to overcome. The geography of war and threat is rapidly expanding and it is impossible to predict which country will be the next on the list of victims. Such events heavily affect the macroeconomic stability, with Muslim countries being most affected nowadays.

Consulting services in war-affected countries is very country-specific and main direction for their actions include risk assessment and, occasionally, material help in countries, which strive to recover from recent military actions. Such presence helps consulting companies to establish strong presence in times of recovery with further growth of incomes, as businesses saved from bankruptcy start to become profitable and the situation itself stabilizes.

During the research an interesting observation occurred – nowadays many conflicts are extremely hard to predict due to their rapid development and information technology nature. Therefore, there is a new field for future research on how consulting companies react to potential conflicts that did not outbreak yet. Such research holds the potential to discover a pattern in consulting companies' behavior before the conflict occurs and therefore foresee the actions needed to prevent the most undesirable outcomes.

The intensity of hostilities and their localization in areas of economic activity is a key factor in the negative changes in the economy. There also is heavy impact on GDP, government expenditures, export-import indicators, household expenditures and domestic investment. The majority of companies may survive only by appealing to international consulting companies that use their knowledge and experience in order to provide high-quality services in war-affected countries.

Number and impact of threats that arise during war require reacting quickly and often make companies dependent on external consultants that use their international knowledge base and vast resources to provide help. Thus, this is one of the ways for consulting firms to expand at a lower expense rate.

Korotych Olha Yaroslavivna
MBA student
National Economic University named after Vadym Hetman

RISK MANAGEMENT IN OIL AND GAS COMPANIES

Oil and gas industry operations take place in everyday activity, all over the globe and in a diverse range of ecosystems.

With dramatically falling oil prices, reductions in headcount and uncertainty regarding the industry's future, the global oil and gas industry is currently facing challenging times. As spend is being closely scrutinized, many firms are understandably focusing on delivering immediate cost reductions [1, p. 2]. The need to overcome the threats associated with the volatility of energy markets and the volatility of world energy prices makes it especially important to manage the risks in oil and gas companies. Nowadays, the companies should be prepared and adapted to modern realities, so they can meet the standards and requirements of changing market.

The Paris Agreement on climate change, which entered into force in November 2016, made a transformative change in the energy sector, so all companies should review their policy in oil and gas sphere [2, p. 1]. According to the IEA's World Energy Outlook, liquid fuels—mostly petroleum-based—remain the largest source of world energy consumption, the liquids share of world marketed energy consumption falls from 33% in 2012 to 30% in 2040. Contributing to the decline are rising oil prices in the long term, which lead many energy users to adopt more energy-efficient technologies and to switch away from liquid fuels when feasible. It can cause risks, connected with low profitability and switching to renewable energy.

In large-scale oil and gas operations, some critical issues of particular public concern may result in reputation or credit risk to a lender or an investor. The main risks and reasons for them are following [3, p.10]: costal and marine ecology; climate change; climate change impacts on the sector; security of workforce supply and human rights violations of workers and communities; involuntary resettlement (displacement) of peoples.

Moreover, the world is changing, so there are problems connected with Cyber Risk, Technology Errors and Omissions. The cyber risk can be comprised of theft or manipulation of confidential information, computer viruses that can destroy data, damage hardware and computer frauds [4, p. 1].

Human and environment safety and health protection remains the number 1 priority for the oil and gas industry. These companies are used to dealing with stringent EHS regulations across the entire span of their activity, from exploration and production, to pipeline management, down to refinery and marketing [5, p. 3].

The environmental threats also have a huge influence, because of incidents and oil spills. They can result in soil and groundwater contamination as well as marine and freshwater discharges. These accidents can occur in diverse locations with impacts varying in severity based on the stage of operation [6, p. 2]. The UN reports that corporate environmental damage costs $2.2 trillion annually, with an estimated global cost of $28 trillion by 2050 [7, p. 38].

Finally, the other risk is bribery and corruption, particularly in developing economies and states with weak governance structures. Bribery and corruption risk is becoming an increasing concern for businesses, and company executives and firms operating in the oil and gas sector are among those that have incurred the most significant penalties. In its most recent Bribe Payers Index, Transparency International identified companies in the oil and gas sector as being perceived to be more likely to bribe than those in other sectors; it was in the bottom 25% of 19 sectors. Why do the companies choose bribes instead of creating trustful business environment? Companies in the oil and gas sector operate in a high-pressure environment where the potential payoffs from successful ventures are considerable. Conversely, delays or downtimes in the value chain have the potential for significantly eroding the bottom line. This pressure can create an imbalance between compliance and operations, and has the potential to induce activities that may be misaligned with corporate policies [8, p. 7].

Why do the risks occur and take place in everyday routine? The answer is multivalued: depletion of sources, unstable political situation, price changing, unskilled labor, alternative resources and others. One of the main question is how to identify risk and find the best solution? How to predict where and when the risk will hit the reputation of the company and what should be done? It is impossible to answer these questions unequivocally, but there are ways to minimize the risks, such, as: check the data quality, visibility and access to the right information, cyber security, experts' team, prevention of non-compliance, real-time monitoring and predictive maintenance to prevent failure, decision making and operations, etc.

As business in emerging markets continues to grow for the oil and gas sector, companies will be constantly challenged by different risks, but with the right approach and innovative way of thinking, each company has a chance to survive in this highly competitive world.

References

1. The hidden risks in oil and gas supply chains, the USA – 2015. – p.2- Access mode: https://www.achilles.com/images/locale/en-EN/industry-insights/Achilles-the-hidden-risks-in-oil-and-gas-whitepaper.pdf
2. World Energy Outlook 2016, France – 2016. – p.1-Access mode: https://www.iea.org/publications/freepublications/publication/WorldEnergyOutlook2016ExecutiveSummaryEnglish.pdf
3. Environmental and social risk briefing Oil & Gas - 2015. – p. 10 - Access mode: https://www.home.barclays/content/dam/barclayspublic/docs/Citizenship/oil-and-gas-guidance-note.pdf
4. Understanding risk in the oil and gas industry - 2012. -p.1 - Access mode: http://tjsisk.com/energy/risk-in-oil-and-gas-industry/
5. Roberta Bigliani, Reducing risk in oil and gas operations – 2013. – p.3 - Access mode: http://documentum.opentext.com/wp-content/uploads/2017/06/minimizing-operational-risk-in-oil-gas-industry.pdf
6. Haley Conner, Managing environmental risk in the oil and gas industry- 2015. – p. 2 - Access mode: http://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2206&context=cmc_theses
7. Berry, Michael A., and Dennis A. Rondinelli. "Proactive Corporate Environmental Management: A New Industrial Revolution." Academy of Management Executive 12.2 - 1998. – p. 38-50
8. Managing bribery and corruption risks in the oil and gas industry – 2014. – p.7 - Access mode: http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Managing-bribery-and-corruption-risk-in-the-oil-and-gas-industry/%24FILE/EY-Managing-bribery-and-corruption-risk-in-the-oil-and-gas-industry.pdf

Анішина Євгенія Олександрівна
Тимченко Олександра Станіславівна
студентки
Головко Олена Григорівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Харківський навчально-науковий інститут

ЗАСТОСУВАННЯ АНТИКРИЗОВОГО КОНСАЛТИНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Кризові явища в діяльності підприємства є моментом різкого загострення суперечностей, які виникають у процесі взаємодії окремих елементів мікроекономічної системи між собою та із зовнішнім оточенням. Виходячи з цього, з метою забезпечення стабільності підприємства слід у процесі стратегічного управління фінансовою діяльністю особливу увагу приділити антикризовому управлінню[1].

Аналіз фінансового стану АТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе» за методикою Міністерства економіки України, запропонованою у «Методичних рекомендаціях щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства», показав, що підприємство перебуває у нестійкому фінансовому стані, має надзвичайно високий рівень фінансової залежності та проблеми з поточною платоспроможністю, а його діяльність можна охарактеризувати як нерентабельну. Отже, на підприємстві спостерігаються ознаки кризового стану[6].

Оскільки АТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе» на сьогодні знаходиться у кризовому стані, тобто менеджменту не вдалося вчасно ідентифікувати кризу і вжити ефективні превентивні заходи, то доцільно звернутися до консалтингової фірми для проведення кваліфікованого антикризового консалтингу.

Антикризовий консалтинг – діяльність з консультування керівництва підприємства щодо проведення комплексу заходів, спрямованих на стабілізацію становища підприємства, рішення комплексу проблем, спрямованих на значне підвищення ефективності підприємницької діяльності. Форми антикризового консалтингу, розповсюджені на сьогоднішній день, наведено у табл. 1.

Таблиця 1.

Форми антикризового консалтингу

Форма антикризового консалтингу	Характеристика

Прямий консалтинг власників і керівників підприємства	як правило, перші особи в організації мають чіткі уявлення про те, як повинен будуватися їх бізнес, ці їхні уявлення вже зарекомендували себе на практиці; однак у кризовій ситуації багато з цих уявлень потрібно переглядати і розробляти комплекс заходів, щоб підприємство вижило і стабільно функціонувало
Виконання певних консалтингових заходів	до цих заходів відносять: консультації з проблем, що знову виникають; діагностика господарської діяльності підприємства, його фінансового стану; визначення антикризової стратегії; розробка плану антикризових заходів, оцінка ризиків і подальший супровід його виконання; супровід підприємств при реалізації плану; розробка профілактичних заходів щодо недопущення кризових явищ
Розбір кейс-стаді	кейс-стаді повинні бути побудовані на основі особистого досвіду консультанта або є класичними у світовій, національній, галузевій практиці антикризового менеджменту
Використання методів бенчмаркінгу	також оцінюється те, як поводяться ділові партнери, конкуренти організації-замовника в сформованих умовах кризи, наскільки їхні дії є допустимими до застосування
Розробка та реалізація програм реструктуризації компанії	включає: реструктуризацію бізнесу на основі нової стратегії розвитку; реструктуризацію власності (акціонерного капіталу); реструктуризацію майнового комплексу; реструктуризацію заборгованості; реструктуризацію системи управління.

Антикризовий консалтинг повинен забезпечувати постійний моніторинг кризових явищ, розробляти систему заходів щодо планування, організації та реалізації антикризових дій з метою збереження базових позитивних характеристик підприємства, а також відновлення його ефективного функціонування[4].

З метою збільшення доходів АТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе» може бути запропоновано здійснити цінове регулювання з корегуванням політики знижок, а також залучення грошових коштів на підприємство шляхом зміни кредитної політики за рахунок прискорення оборотності дебіторської заборгованості. Слід зауважити, що для обрання оптимальної кредитної політики підприємство має порівняти потенційні вигоди від збільшення об'ємів продажів із вартістю надання додаткових торгових кредитів та ризиком можливої несплати. Крім того, проведення реструктуризації кредиторської заборгованості АТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе» також можна вважати дієвим напрямком антикризового управління[2].

При проведенні антикризового консалтингу і антикризового управління досліджуване підприємство може зустріти певні перешкоди, що слід мати на увазі. Найбільш поширеними у практиці підприємницької діяльності є такі:

– відсутність розуміння необхідності антикризових робіт у власника бізнесу (якщо він займається оперативним менеджментом) і ТОП-менеджменту підприємства;

– відсутність бажання «щось робити із того, що ніколи не робив» з боку менеджменту підприємства та лінійного персоналу;

– «рольові» ігри персоналу – підкилимні маніпуляції, мишача метушня, інтриги, плітки, приховування і викривлення інформації, перекручення фактів та заміна їх домислами;

– боротьба за «ресурси і вплив» у той час, коли треба боротися за бізнес (властиво ТОП-менеджменту);

– відсутність достовірної інформації, безграмотно функціонуюча ІТ-інфраструктура і занедбаний документообіг;

– бажання щось отримати, але при цьому нічого не робити, коли на словах «так», а на ділі – «ні»[5].

Таким чином, застосування антикризового консалтингу в загальній системі стратегічного управління фінансовою діяльністю АТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе» дозволить менеджменту цього підприємства отримати план дій щодо виходу із кризового стану. Враховуючи те, що поточна фінансова стратегія АТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе» спрямована на відновлення фінансової незалежності, її розширення антикризовими заходами зробить фінансову стратегію більш ефективною.

Список використаної літератури

1. Брижань І.А., Інструментарій безкризового екологічно орієнтованого управління розвитком промисловості [Текст] / І.А. Брижань, В.Я. Чевганова // Економіка і регіон. - 2013. - № 6. - С. 27-33.
2. Максимова Т.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія / Л.О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2015. – 580 с.
3. Поршнева А.Г. Основи і проблеми економіки підприємства / А.Г. Поршнева // М.: Фінанси і статистика. 2010 - 92с.
4. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: Монографія. – К.: КНЕУ, 2016. – 272с
5. Шапуров О.О., Формування концепції антикризового управління на основні взаємодії системи латентних процесів та системи діагностики явних загроз / О.О. Шапуров // Інвестиції: практика та досвід. - 2013. - № 23. - С. 35
6. Харківський тракторний завод – статистична звітність // режим доступу: http://xtz.ua/ua/.

Бессонова Анна Владимировна
студентка
ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет»
Черната Татьяна Николаевна
к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики предприятий

СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УКРАИНЕ

Потребность в безопасности - базовая, основная потребность государства, отдельно взятого человека, а также общества в целом. В силу нестабильной социально-экономической и политической ситуации в Украине экономическая безопасность является одной из наиболее актуальных проблем. Безопасность экономики является частью национальной безопасности, её материальной основой и фундаментом. Актуальность изучения состояния экономической безопасности Украины, а также угроз, которые могут влиять на неё, заключается в том, что экономическая безопасность в Украине находится на низком уровне из-за отрицательного развития факторов политического, экономического и социального характера.

Экономическая безопасность - это такое состояние национальной экономики, при котором обеспечиваются защита национальных интересов, устойчивость к внутренним и внешним угрозам, способность к развитию и защищенность жизненно важных интересов людей, общества, государства [1].

Национальная экономическая безопасность подвержена ряду угроз, которые проявляются в разных процессах и явлениях и оказывают негативное влияние на экономические интересы граждан Украины, общества и государства в целом. Угрозами экономической безопасности Украины считают явные или потенциальные действия, которые могут затруднить или полностью исключить реализацию национальных экономических интересов и создают опасность для социально-экономической и политической систем, жизнеобеспечения нации и отдельной личности.

Подобные угрозы можно разделить на следующие группы:

- рост дифференциации населения, повышение уровня его бедности;
- деформация структуры экономики страны вследствие низкой конкурентоспособности отечественных товаров и сокращение производства в важных отраслях промышленности, таких как машиностроение, а также выкуп иностранными компаниями украинских предприятий;
- неравномерное социально-экономическое развитие регионов;
- криминализация общества и хозяйственной деятельности за счет безработицы, коррупции и снижения систем государственного контроля.

Очевидной становится острая необходимость разработки стратегии реформирования экономики, в результате которой в Украине будет создана новая социально-экономическая модель. Основными аспектами такой модели стоит считать:

- ориентацию национальной экономики на решение социальных проблем, рост уровня жизни, создание новых механизмов, совмещающих повышенную экономическую эффективность и социальную справедливость;
- разработку надежной системы экономической безопасности, создание конкурентоспособной и высокоэффективной экономики, развитие интеллектуального и научно-технического потенциалов [2].

Целесообразной является также разработка Программы подготовки нормативно-правовых актов, связанных с обеспечением экономической безопасности Украины. Это даст возможность выяснить приоритетность задач и целей реформ. Также необходимым будет проведение экспертизы действующих нормативно-правовых актов для выявления последствия их влияния на состояние обеспечения экономической безопасности в стране.Если будет открыто негативное воздействие, следует разрабатывать предложения об отмене этих актов или внесения в них соответствующих изменений.

Однако стратегия экономической безопасности Украины может быть нецелесообразной, если государственный аппарат, который должен обеспечивать её эффективность, качественно не обновится и не будет руководствоваться, в первую очередь, национальными интересами. Государственная экономическая стратегия и национальная безопасность в целом должны основываться на идеологии развития, которая будет учитывать стратегические приоритеты и интересы страны, вследствие чего угрозы её безопасности минимизируются [3].

Государственная стратегия в области обеспечения экономической безопасности Украины должна ориентироваться, прежде всего, на поддержание достаточного уровня производственного и научно-технического потенциала, на недопущение снижения уровня жизни населения до предельных значений и на предотвращение конфликтов между отдельными слоями населения. Эта стратегия должна воплощаться в жизнь, прежде всего, благодаря системе безопасности, которую образуют органы законодательной и исполнительной власти, общественные и другие организации и союзы.

Список использованной литературы

1. Интернет-архив научных публикаций «Руснаука» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/13_EISN_2014/Economics/15_168050.doc.htm
2. Студенческая библиотека онлайн «Studbooks» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/21593/ekonomika/natsionalnye_ekonomicheskie_interesy_ugrozy_ekonomicheskoy_bezopasnosti_ukrainy

3. Сайт «Учебники онлайн» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://uchebnikionline.com/ekonomika/ekonomichna_politika_-_byelyayev_oo/strategiya_garantuvannya_ekonomichnoyi_bezpeki_ukrayini.htm

Головко Олена Григорівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Харківський навчально-науковий інститут
Жеваго Діана Миколаївна
Ткаченко Анастасія Володимирівна
студентк

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Становлення і розвиток в Україні ринкової інфраструктури суттєво змінюють фінансово-економічне, інформаційне і правове середовище функціонування підприємств, зміст їхньої господарської діяльності. Умови конкурентного середовища на ринку та високого ступеню комерційного ризику, якому традиційно підлягають суб'єкти господарювання, потребують від них ефективного управління прибутком на підприємстві. Як головна рушійна сила ринкової економіки, прибуток забезпечує інтереси держави, власників та персоналу підприємства. В умовах інтеграції економіки України у світову відбувається трансформація фінансових відносин мікрорівня. Оскільки характерною рисою сьогодення стала велика кількість збиткових підприємств, зростає потреба у дослідженні причинно-наслідкових зв'язків, пов'язаних із процесом формування прибутку підприємства та ефективністю його використання.

Важливість показника прибутку визначає його роль у системі управління підприємством. Детальне вивчення існуючих підходів до розуміння управління прибутком підприємства, дає підстави констатувати, що ця сфера досліджень на сьогодні є актуальною.

Зокрема, на думку Бланка І.А., управління прибутком є процесом розроблення і прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу і використання [1]. Аналогічної точки зору притримується і Худа В.В.: управління прибутком являє собою цілеспрямований, систематичний процес підготовки, оцінки, відбору та

реалізації альтернативних управлінських рішень з усіх питань його формування, розподілу та використання на конкретному підприємстві [4]. Автори акцентують увагу на процесі розробки та прийняття управлінських рішень впродовж формування, розподілу та використання прибутку, тобто на поточних цілях досягнення максимального кінцевого результату підприємства в короткотерміновому періоді.

Врахувати тактичні та стратегічні аспекти управління запропонували Блонська В. І. та Адамович П. П. На їхню думку, під управлінням прибутком підприємства потрібно розуміти побудову системи управління, що враховує тактичні та стратегічні аспекти управління, спрямована на підвищення кінцевих результатів діяльності суб'єкта господарювання, яка розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів, кожен з яких виконує певну роботу, спільна дія котрих забезпечує досягнення механізму отримання конкретного прибутку [2].

Управління прибутком – це процес розробки та прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу та використання на підприємстві.

Процес управління прибутком підприємства ґрунтується на певному механізмі, в структуру якого входять наступні елементи:

- державне правове і нормативне регулювання питань формування та розподілу прибутку підприємства. Прийняття законодавчих та інших нормативних актів, що регулюють дане питання являє собою один з напрямків економічної політики держави. Ця політика регулює утворення і розподіл прибутку в різних формах: податкове регулювання, регулювання розмірів відрахування прибутку до резервного фонду, регулювання мінімального розміру заробітної плати тощо;

- ринковий механізм регулювання формування і розподілу прибутку. Попит та пропозиція на товарному і фінансових ринках формують рівень цін на продукцію, вартість залучення кредитів, прибутковість окремих цінних паперів, середню норму прибутковості капіталу та ін;

- внутрішні механізми регулювання окремих аспектів формування, розподілу і використання прибутку підприємства. Механізм такого регулювання формується у межах самого підприємства;

- система конкретних методів і прийомів здійснення управління прибутком. У процесі аналізу, формування і використання прибутку з метою досягнення необхідних результатів застосовуються такі методи: техніко-економічні розрахунків, балансові, економіко-статистичні, економіко-математичні, порівняння тощо [3].

Основні вимоги щодо забезпечення ефективного управління прибутком підприємства:

- інтегрованість із загальною системою управління підприємством. В якій би сфері діяльності підприємства не приймалося управлінське рішення, воно прямо чи побічно впливає на прибуток. Управління прибутком безпосередньо

пов'язане з виробничим менеджментом, інноваційним менеджментом, менеджментом персоналу та ін.;

- цілісний характер формування управлінських рішень. Всі управлінські рішення щодо формування і використання прибутку мають прямий або непрямий вплив на кінцеві результати управління прибутком. Тому цей процес повинен розглядатися як комплексна система дій, що забезпечують розробку взаємозалежних управлінських рішень, кожне з яких вносить свій внесок у результативність формування і використання прибутку на підприємстві в цілому;

- високий динамізм управління. Не завжди найбільш ефективні управлінські рішення в області формування і розподілу прибутку, розроблені і реалізовані на підприємстві в попередній період, можуть бути повторно використані на наступних етапах його діяльності. Це пов'язано з високою динамікою чинників зовнішнього середовища та змінами внутрішніх умов функціонування підприємства. Тому система управління прибутком повинна мати високий динамізм управління та вміти пристосовуватися у майбутньому.

- орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства. Якими б прибутковими не здавалися ті чи інші проекти управлінських рішень у поточному періоді, вони повинні бути відхилені, якщо вони вступають у протиріччя з місією (головною метою діяльності) підприємства, стратегічними напрямками його розвитку, підривають економічну базу формування високих розмірів прибутку у майбутньому періоді [4].

Таким чином, ефективний механізм управління прибутком підприємства дозволяє у повному обсязі реалізовувати цілі і завдання, що стоять перед ним, сприяє результативному здійсненню функцій цього управління. З урахуванням запропонованих вимог до процесу управління прибутком отримуємо загальну концепцію управління підприємством, орієнтовану на вирішення тактичних і стратегічних завдань, в якій передбачається можливість моделювання альтернативних варіантів їх вирішення на основі виявлення та аналізу чинників, що впливають на обсяг прибутку, для досягнення певного рівня конкурентоздатності з урахуванням його потенційних можливостей і обмежень зовнішнього середовища.

Список використаної літератури

1. Бланк И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2007. – 768 с.

2. Блонська В.І. Вдосконалення системи управління розподілом та використанням прибутку підприємства / В.І. Блонська, П.П. Адамович // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.7. – С. 92-104.

3. Бочаров В.В. Современный финансовый менеджмент / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2006. – 414 с.

4. Худа В.В. Управління прибутком торговельних підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.наук: спец. 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами» / В.В. Худа. – К.: Вид-во «Лібра», 2007.

Куценко Дмитро Миколайович
магістрант кафедри менеджменту та економічної безпеки,
Зачосова Наталія Володимирівна
к.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ ДОВІРИ НАСЕЛЕННЯ ДО ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ ЧЕРЕЗ МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Довіра населення є ключовим фактором для активізації використання послуг фінансових установ, інтенсифікації позитивних тенденцій на ринках фінансових послуг, збільшення рівня їх капіталізації, стабілізації стану фінансової безпеки держави та якісної еволюції фінансової системи України. Однак, політичні та економічні обставини, що у останні кілька років чинять суттєвий негативний вплив на рівень добробуту населення і стан його соціального та фінансового благополуччя, спричинили збільшення кількості громадян, не задоволених державною фінансовою політикою в цілому, а дестабілізація фінансового сектору, проявом якої стали інфляція, ріст цін, банкрутства банків та інших видів фінансових посередників і різкий стрибок валютного курсу – посилили недовіру фізичних і юридичних осіб до фінансових установ. На нашу думку, сучасний стан економіки України і рівень фінансової грамотності населення не дають змоги відновити баланс фінансових інтересів у суспільстві ринковими методами та інструментами. Лише посилення норм державного регулювання процесів на фінансовому ринку може стати методом невідкладної допомоги та швидкого реагування на проблему зменшення кількості фінансових активів у вітчизняній фінансовій системі, яка виникла у значній мірі через недовіру населення до фінансових установ і до якості послуг, що ними пропонуються.

Традиційним напрямом регулювання ринків фінансових послуг і їх учасників є розробка і прийняття нормативно-правових актів у цій царині. На разі існує кілька форм законодавчого забезпечення функціонування фінансових установ, зокрема: загальне законодавство у сфері ринків фінансових послуг, законодавство, що регулює діяльність страхового ринку, законодавство, що регулює діяльність кредитних установ, законодавство, що регулює діяльність з недержавних пенсійних фондів, законодавство, що регулює діяльність фінансових компаній, ломбардів та лізингодавців, законодавство, що регулює діяльність бюро кредитних історій, законодавство, що регулює діяльність управителів ФФБ та ФОН [1]. Не зважаючи на широке правове підґрунтя

регулювання діяльності різних видів фінансових установ в Україні, ефективних механізмів для забезпечення транспарентності їх діяльності перед споживачами фінансових послуг, гарантування пріоритету фінансових інтересів останніх порівняно із державними органами влади та реалізаторами фінансових послуг, інструментів моніторингу якості фінансових послуг із подальшим їх оприлюдненням широкому загалу – тобто технологій для підвищення рівня довіри населення до фінансових установ – у цьому підґрунті виявити не вдалось.

Проблема низького рівня довіри населення України до фінансового сектору відома, та отримала резонанс на міжнародному рівні. Так, організація із США – USAID – ініціювала кілька проектів для допомоги вітчизняним владним структурами у її вирішенні. Один із проектів USAID в Україні передбачає допомогу експертів за наступними напрямами: 1) здійснення стратегічних комунікацій із метою відбудови довіри до фінансової системи; 2) розробку небанківських та альтернативних фінансових інструментів; 3) підвищення ефективності нагляду та регулювання фінансового сектору; 4) впровадження цифрових фінансових технологій та інновацій із метою відновлення офіційних фінансових операцій у тих місцевостях, де рівень покриття послугами є недостатнім.

Інший проект «Трансформація фінансового сектору в Україні» (Проект FST) – це чотирьохрічна програма, основним завданням якої є розвиток і покращення надання фінансових послуг в Україні, які б відповідали потребам громадян України та суб'єктів господарювання усіх розмірів. У партнерстві з урядом України, регуляторами та асоціаціями фінансового сектору, громадськими організаціями та приватним сектором Проект FST працюватиме над: підвищенням довіри до банківської системи, покращенням розуміння її громадянами та збільшенням рівня користування банківськими послугами; трансформацією правового та регуляторного середовища фінансового сектору; збільшенням доступу до фінансування для малих і середніх підприємств; розширенням доступу до фінансових послуг для всіх верств населення (фінансова інклюзія) та більш активним використанням цифрових фінансових технологій на ринку фінансових послуг України, а також підтримкою збалансованості та стабільності пенсійної системи [2].

Із врахуванням наявних правових основ регулювання діяльності фінансових інституцій та з огляду на те, які проблемні аспекти вбачають фахівці у царині функціонування професійних учасників фінансового ринку та які вектори визначають для підвищення рівня довіри населення до фінансових послуг і їх реалізаторів, пропонуємо наступні напрями відновлення довіри населення до фінансових установ через механізми державного регулювання ринків фінансових послуг:

- реформування механізму рейтингування фінансових установ (введення до організаційної структури рейтингових агентств наглядової ради, комплаєнс - підрозділу, механізму ротації рейтингових аналітиків та учасників

рейтингового комітету, введення системи фінансових санкцій за недостовірні результати оцінки, синхронізація вітчизняних рейтингових оцінок зі шкалами оцінювання, прийнятими у міжнародній практиці);

- запровадження системи державних вищих навчальних закладів для підготовки фахівців для роботи у фінансових установах відповідно до державних і міжнародних стандартів, а також забезпечення можливості їх сертифікації на заключному етапі навчання;
- запровадження інституту фінансового омбудсмена із обов'язковим його звітуванням і оприлюдненням результатів роботи перед державними фінансовими регуляторами та громадськістю;
- перехід до механізму регулювання фінансового ринку за системою єдиного мегарегулятора;
- збільшення суми, що компенсується Фондом гарантування вкладів фізичних осіб;
- розробка та прийняття на державному рівні Стратегії забезпечення фінансової безпеки України, у межах якої буде визначено сучасні вектори регулювання діяльності фінансових установ на фінансовому ринку;
- запровадження процедури обов'язкового періодичного моніторингу стану економічної безпеки фінансових установ, для чого необхідною є ініціація процедури розробки методичних підходів до оцінювання рівня економічної безпеки для різних видів фінансових установ;
- відновлення поняття банківської таємниці щодо вкладів населення у практичній площині;
- скасування обмежень на операції із валютою та готівкові розрахунки для фізичних осіб.

Ці та інші заходи, ініційовані державними структурами, дозволять розпочати процес стабілізації рівня довіри населення до фінансових інституцій і державної фінансової політики в цілому, що матиме позитивний вплив на стан фінансової, і як наслідок – економічної – безпеки України.

Список використаної літератури

1. Законодавство [Електронний ресурс] / Матеріали офіційного сайту Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. – Режим доступу : https://nfp.gov.ua/docs/?d=8.
2. Економічний розвиток [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.usaid.gov/uk/ukraine/economic-growth.

Мартиненко Вікторія Миколаївна
студентка 4 курсу КНУ
Ярова Алла Борисівна
к.е.н., доцент кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування *КНУ*

БІЗНЕС З НУЛЯ

Що таке бізнес? Бізнес — це самостійна ризикова діяльність, спрямована на одержання прибутку від продажу товарів, наданні послуг, виконання робіт. Сучасні тенденції розвитку малого підприємства показують, що найбільша кількість малих підприємств сконцентровано у таких сферах, як торгівля, будівництво, фінансова діяльність та сфера послуг.

Який бізнес варто відкрити? З чого почати?

Все починається з бажання та ідеї. Справжній бізнес має багато напрямків, тому краще обирати той, на якому добре розумієтесь, який до вподоби, і саме головне, задовольняє потреби людей. Також обов'язково потрібно проаналізувати доцільність даного бізнесу для регіону та цільового споживача.

Почати потрібно з реєстрації себе як індивідуального підприємця або ж відкрити організацію в якійсь формі, наприклад, товариство з обмеженою відповідальністю – ТОВ. Якщо вести бізнес як не зареєстрований бізнес, то за це передбачені кримінальна або адміністративна відповідальність.

Досить велике розмаїття стартапів є актуальними для України, адже вже на американському ринку вони розвинені давно і мають успіх, із запізненням, але все ж таки вони набувають поширення і в нашій країні.

Наведемо приклади ідей, які можливо реалізувати на українському ринку:

- Інтернет-магазини. Сьогодні Інтернет магазини здійснили фурор на ринку, так як це можливість збільшити обороти своєї продукції, а також залучити більше клієнтів. Продажами онлайн цікавлять не тільки досвідчені підприємці, а також новачки у сфері бізнесу. Саме головне - мати відповідну систему управління для торгівлі.

- Ремонт побутової техніки та електроніки. У 2017 році це актуально, адже через зростання курсу долара купівельна спроможність у населення сильно впала, тому, люди вважають за краще ремонтувати старе, замість покупки нового. Такий бізнес необхідно відкривати, якщо є знання з даної сфери. На випадок якщо таких знань немає то буде досить складно з купівлею деталей. Але все ж таки відкриття бізнесу з ремонту побутової техніки та електроніки актуальне як у період стабільного стану економіки, так і під час її падіння.

- Курси з іноземних мов, ІТ-спеціальностей, бухгалтерії. Перш за все

необхідно набрати досвідних, хороших викладачів, робота яких допоможе в подальшому залучати нових клієнтів. А також, варто обдумано підходити до вибору напрямку, щоб кількість попиту з боку потенційних клієнтів у місті була достатньою для ведення прибуткової діяльності. Позитивним в даній сфері є те, що не потрібно готувати методичні вказівки на заняття, в інтернеті їх безліч.

- Бізнес по франшизі. Наприклад, у сфері громадського харчування. Ця сфера завжди буде актуальною, і вона завжди показує стабільне зростання. Зараз дуже поширені є піцерії та бургерні, які пришли до нас з-за кордону. І для того, щоб не витрачати мільйони, можна придбати франшизу того чи іншого підприємства. Ви є власником компанії, але працюєте під чужим брендом. Франшиза дає власникові бізнесу ряд переваг, таких, як швидкий старт, відсутність необхідності тестувати бізнес-модель, перевірені на практиці методи організації роботи та залучення клієнтів. Таким чином, знижується ризик збитковості проекту, можна легше і швидше вийти на окупність. Франшиз є чимало, наприклад: піцерії «Celentano», McDonalds, кав'ярня «Шоколадниця» і т.д.

- Фрилансер, або як ще називають – вільно найманець. Це людина яка може працювати на декілька фірм, а також сама шукає собі проекти, не заключає договорів з роботодавцем, найманий для виконання певного переліку робіт, так званий позаштатний працівник. Для такої роботи важлива лише наявність інтернету, так як в Україні фрилансери виконують роботу віддалено. Фрилансерство також може стати як додатковий заробіток, наприклад, для студентів. Мінус такої зайнятості, що вона не постійна.

На підставі розглянутих нами прикладів бізнесу можна підсумувати, що більшість перерахованих ідей бізнесу не вимагають наявності спеціалізованих знань, але потрібно розуміти специфіку обраної ділянки або знайти кваліфікований персонал. Найбільш витратними напрямками є бізнес по франшизі та освітні курси, а найбільш вигідними у плані швидкості запуску є нішевий інтернет-магазин. Прийнявши рішення відкрити свій бізнес, це крок в сторону незалежності і перспективи набагато більших доходів. В Україні є велика кількість не зайнятих сфер, де можна розпочати власний бізнес і досягти величезного успіху. Головне - обрати нішу, яку добре розумієте ви і ваші споживачі.

Бізнес править світом, всі люди – бізнесмени, - і включені в цю велику гру під назвою - бізнес.

Зубко Тетяна Леонідівна
к.е.н, доцент, доцент кафедри
економіки та фінансів підприємства
Київський національний торговельно-економічний університет
Нестеренко Владислав Олегович
магістр
Науковий керівник:

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Оцінювання рівня фінансової безпеки підприємства важливе також при отриманні кредитів від зовнішніх джерел інвестування, тому стає зрозумілим, що якщо підприємство з незадовільним станом фінансової безпеки звернеться за кредитом до таких джерел, насамперед перевірять його ліквідність, яка досягається завдяки скоординованим діям усіх підрозділів. Тому важливим елементом управління фінансовою безпекою підприємства стає об'єктивне і своєчасне визначення її рівня.

Якщо на рівні держави методи оцінки фінансової безпеки вже розроблені, то на рівні підприємства вони залишаються дискусійними. Це, насамперед, стосується вибору критеріїв оцінки фінансової безпеки підприємства, системи показників, що її характеризують, і методичних підходів до визначення рівня фінансової безпеки. В теорії та практиці фінансового менеджменту існує значна кількість методів, які застосовуються для визначення рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання. У ході аналізу фахової літератури [7, с. 161–163] було визначено, що досліджені методи визначення рівня фінансової безпеки підприємства можна розділити на декілька груп.

У методах першої групи оцінку фінансової безпеки підприємства пропонується здійснювати на основі дослідження грошових потоків підприємств, а саме показника чистого грошового потоку в розрізі видів фінансово-господарської діяльності підприємства за допомогою розробленої матриці динамічної фінансової рівноваги. Автори [4] даний метод обумовлюють тим, що показник чистого грошового потоку є одним із індикаторів результативності господарської діяльності підприємства та визначає його фінансове становище [4, с. 73–76].

Загалом, цей метод є вузьким, оскільки охоплює далеко не всі сфери, які впливають на стан фінансової безпеки підприємства. Крім того, зазначений метод використовує абсолютні показники, які є менш інформативними, ніж відносні. Найчастіше зазначений метод використовується для визначення оперативних цілей.

До другої групи методів оцінки фінансової безпеки підприємства можна віднести розробки О.В. Ареф'євої, Т.Б. Кузенко та К.С Горячева, які пропонують оцінювати рівень фінансової безпеки підприємства на підставі аналізу системи одноіменних індикаторів. Основним критерієм оцінки рівня забезпечення фінансової безпеки підприємства науковцями пропонується вважати чистий прибуток. На основі цього критерію можна будувати всю систему показників (індикаторів), які характеризують стан фінансової безпеки. Індикатори або показники фінансової безпеки, виступають як кількісні характеристики стану фінансової діяльності, що відібрані для характеристики фінансової безпеки підприємства [3, с. 295].

Дещо інші положення стосовно визначення рівня фінансової безпеки підприємства висувають Ю.Б. Кракос та Н.І. Сєрик. У своїх працях вони пропонують проводити оцінку фінансової складової економічної безпеки підприємства на основі розрахунку низки ключових показників, які відображають результати функціонування всіх підсистем підприємства та згруповані за наступними напрямками: управління, економіка, фінанси, виробництво, ділова активність. Отримані ключові показники автори пропонують співставляти із значеннями розробленої діагностичної матриці, що дозволить визначити рівень фінансової складової економічної безпеки підприємства [5, с. 12].

Ілляшенком С.М. [6, с. 16–22] було запропоновано оцінювати фінансову безпеку підприємства на основі аналізу фінансової стійкості, ступінь якої визначається, виходячи з достатності оборотних коштів (власних чи запозичених) для здійснення виробничо-збутової діяльності.

Також можна оцінювати рівень фінансової складової економічної безпеки підприємства за основними напрямами аналізу, в тому числі фінансової звітності і фінансового стану підприємства, результатів його господарської діяльності [4, с. 74]. На мій погляд, запропонований метод дає змогу проаналізувати лише фактичний фінансовий стан підприємства, а не визначити рівень його фінансової безпеки.

В процесі дослідження виявлено, що ряд науковців (І.О. Бланк, І.А. Алєксандров, О.А. Орлова, А.В. Половян) пропонують оцінювати фінансову безпеку підприємства на основі визначення та оцінки загального стану фінансової діяльності підприємства. Так, І.О. Бланк виділяє наступні системи аналізу фінансової безпеки підприємства [2]: горизонтальний аналіз, вертикальний аналіз, порівняльний аналіз, інтегральний аналіз та аналіз коефіцієнтів. Автор виділяє наступні групи аналітичних фінансових коефіцієнтів: коефіцієнти оцінки фінансової стійкості підприємства, платоспроможності (ліквідності), оборотності активів, оборотності капіталу, рентабельності (прибутковості).

В процедуру оцінки фінансової безпеки підприємства деякі експерти включать такі основні етапи як: відбір показників, які по своєму змісту охоплюють всі ключові моменти фінансової діяльності підприємства;

визначення їх порогових значень; проведення аналізу показників та їх відхилень від порогових значень і визначення загроз фінансовій безпеці підприємства та розробка заходів для їх нейтралізації. Запропонований метод зводиться до аналізу фінансового стану підприємства та не містить будь-яких рекомендацій стосовно визначення нормативних діапазонів рівнів фінансової безпеки підприємства, що може призвести до неадекватних управлінських рішень у сфері фінансової безпеки.

Аналіз методів стосовно оцінки рівня фінансової безпеки підприємства свідчить, що їм притаманні певні недоліки, а саме: оцінка рівня фінансової безпеки підприємства на основі аналізу динаміки одного або декількох індикаторів є неефективною, оскільки не враховує системний характер фінансової безпеки, при оцінці рівня фінансової безпеки підприємства перевагу слід віддавати застосуванню інтегрального показника безпеки, котрий отримано на основі використання багатомірних статистичних методів; у значній частині методів не враховується взаємозв'язок фінансової безпеки із загрозами. Важливо оцінювати у кількісному плані саме взаємозв'язки як між інтегральним рівнем фінансової безпеки підприємства, так і між загрозами фінансовій безпеці.

Список використаної літератури

1. Александров И.А. Оценка финансовой безопасности промышленного предприятия / И.А. Александров // Наукові праці Донецького державного технічного університету. – Донецьк. – 2002. – № 46. – С. 12-19.

2. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – К.: Ника- Центр, Эльга, 2006. – 776 с.

3. Гладченко Т.М. Економічна безпека підприємницької діяльності. У кн.: Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. – Вип. 26. – К.: ВПЦ «Київський університет», Інститут міжнародних відносин, 2001. – С. 295-299.

4. Підхомний О.М. Індикатори оцінки рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання / О.М. Підхомний., Л.С. Яструбецька. // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». Збірник наукових праць. ЛДТУ. Випуск 4 (16). − Ч. 2. − Луцьк, 2007. − С. 73–76.

5. Кракос Ю.Б. Управління фінановою безпекою підприємств / Ю.Б. Кракос, Р.О. Разгон // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. − 2008. − № 1(1). − С. 86–97.

6. Ильяшенко С.Н. Оценка составляющих экономической безопасности предприятия / С.Н. Ильяшенко // Наукові праці Дон. НТУ.− 2002.− № 48.− С. 16–22.

7. Полтініна О.П. Оцінка рівня фінансової безпеки підприємств: методичний аспект / О.П. Полтініна, А.В. Нескуба // Вісник економіки транспорту і промисловості. − 2010. − № 29. – С. 161–163.

Свиридюк Андрій Анатолійович
студент
Єрмак Світлана Олександрівна,
к.е.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва і торгівлі
ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сучасному етапі розвитку економіки в Україні важлива роль приділяється інвестиційній та інноваційній діяльності підприємств. Адже фірма зможе підтримувати й підсилювати свої конкурентні позиції тільки за умови активного впровадження інновацій у всі його процеси: як виробничого, економічного так і управлінського.

Актуальність вивчення даного питання полягає в проблемі щодо зниження конкурентоспроможності вітчизняних підприємств у зв'язку з недостатністю іноземних інвестицій. Закордонні інвестори обережно ставляться до вкладення коштів та втілення нових ідей.

Питання інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств постійно перебувають у центрі уваги зарубіжних та вітчизняних науковців. Дослідження таких економічних категорій, як «інвестиції» та «інновації» присвячені праці багатьох зарубіжних вчених, серед них Л. Гітман, П. Друкер, Дж. Кейнс, К. Коджіми, А. Маршал, М. Портер, У. Шарп, Й. Шумпетер та інші. Питання з управління іноваційно-інвестиційним розвитком розглядали такі вітчизняні вчені: О.В. Коваленко та Н.Д. Гнатішина висвітлюють роль капітальних інвестицій в діяльності підприємства; Н.М. Дробот досліджує принципи управління ефективністю інвестицій в інновації на підприємствах; А.М. Стельмащук та Р.П. Смоленюк займаються дослідженнями з питань розробки комплексної системи інноваційного забезпечення конкурентоспроможності підприємств; І.В. Філіпішин присвячує свої дослідження покращенню організаційно-економічного механізму здійснення інвестиційно-інноваційної діяльності промислових підприємств. Незважаючи на досить широкий інтерес вчених до цієї проблеми, деякі питання інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств України потребують подальшого дослідження.

Нормативно – правове регулювання інноваційної діяльності в нашій країні здійснюється згідно з чинним законодавством. Законодавством України передбачено правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності та встановлені форми заохочення державою інноваційних процесів в Україні [1].

В інноваційній діяльності важливо враховувати життєвий цикл нововведень - проміжок часу, коли нововведення проходить шлях від виникнення ідеї до його комерційного використання, коли спостерігається активний попит населення на дане нововведення, після чого відбувається перехід нововведення до розряду рядових виробів, процесів [2, с.221].

Для вдалого впровадження інновацій на підприємстві треба розуміти, що інноваційна діяльність тісно взаємопов'язана з інвестиційною. Розвиток інноваційної діяльності потребує привернення інвестиційних коштів та розробки детальних заходів для ефективного використання інвестицій, адже для заохочення капіталовкладень необхідно створити сприятливі інвестиційні умови і гарантії.

Інвестиційна діяльність спрямована на створення суб'єктам господарювання необхідних умов для залучення і концентрації коштів на потреби розширеного відтворення основних засобів виробництва, переважно у галузях, розвиток яких визначено як пріоритети структурно-галузевої політики, а також забезпечення ефективного і відповідального використання цих коштів та здійснення контролю за ним [3].

Інвестиційно-інноваційна діяльність на промислових підприємствах включає складові елементи як інноваційної, так й інвестиційної діяльності. Так, серед елементів інвестиційної діяльності є вкладання ресурсів в оновлене обладнання, необхідне для виробництва вдосконаленого продукту, проте утворене без використання інноваційних відкриттів фундаментальної науки. Це дозволяє скоротити первинні вкладення в порівнянні з інноваційними проектами, і отримати додатковий прибуток за рахунок конкурентних переваг вдосконаленого товару. А безпосередньо інвестиційно-інноваційна діяльність починається з встановлення необхідних характеристик поліпшеної продукції, які визначають вимоги до обладнання для її виробництва, а потім проводиться аналіз наявного обладнання та розробляється план його модернізації з урахуванням новаторських і винахідницьких розробок трудового колективу. На основі цих даних оцінюється необхідний обсяг фінансування, його джерел та інші економічні характеристики проекту.

Реалізація інвестиційно-інноваційної діяльності промислових підприємств охоплює три фази [4]:

- перша фаза - передпроектне інвестиційно-інноваційне дослідження, протягом якого здійснюється визначення можливостей, аналіз варіантів, вибір проектів, попереднє обґрунтування, дослідницьке забезпечення.

- друга фаза (інвестиційна) - проведення узгоджень, укладання контрактів, розробка проектно-кошторисної документації, будівництво, реконструкція або переоснащення, кадрове забезпечення, дослідницьке забезпечення.

- третя фаза (експлуатаційна) - введення в експлуатацію оновленого обладнання, доведення до проектної потужності, витрати на підтримку

виробництва, акумулювання активів для наступного оновлення основних виробничих фондів.

Отже, інноваційно-інвестиційна діяльність на промислових підприємствах здійснюється як в умовах ризику, так й в умовах систематичної, перманентно зростаючої невизначеності. У звязку з цим керівництву підприємства треба вміти швидко та гнучко реагувати на зміни в економічному середовищі, що вимагає розробки та застосування засобів методологічного й математичного забезпечення для можливості прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо інноваційно-інвестиційних проектів.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40-IV зі змінами [Електронний ресурс]. - Режим доступу http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15.

2. Стельмащук А.М. Державне регулювання економіки: навчальний посібник / А.М. Стельмащук. - Тернопіль: ТАНГ, 2000. - 315 с.

3. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 № 1560-XII зі змінами [Електронний ресурс]. - Режим доступу http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1560-12/page2.

4. Філіпішин І.В. Організаційно-економічний механізм інвестиційно-інноваційної діяльності промислових підприємств: автореф. дис. к.е.н./ І.В. Філіпішин. – Маріуполь: ПДТУ, 2006. – 20 с.

Соломіна Ганна Валеріївна
к.е.н., доцент кафедри економічної
та інформаційної безпеки
Волошина Вікторія Вадимівна
студентка 1 курсу
спеціальність «Менеджмент»
ДДУВС

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

Вітчизняний розвиток теорії й практики маркетингу характеризується значним скороченням часового інтервалу розробки нововведень і їх впровадженням у виробництво. За таких умов, підрозділи маркетингу на вітчизняних підприємствах вимушені постійно розробляти нові методи

обслуговування, оформлення виробів, рекламні компанії, заходів брендингу [1, с.35].

Розвиток підприємництва об'єктивно вимагає переорієнтації на нову концепцію маркетингу через докорінну відмінність науково-технічної діяльності в умовах ринку, зростання її ролі на рівні національної економіки, поглиблення міжнародного поділу праці, потреб вибору інновацій, орієнтованих на вимоги ринку [3, с.57-59].

Ключовою проблемою ефективного застосування маркетингу в сучасній діяльності підприємництва є формування інформаційної системи, адекватної до загальних напрямів трансформації національної економіки. Організація маркетингової інформаційної системи повинна відповідати вимогам двох складових: зовнішній інформації, що орієнтована на ефективну роботу і внутрішню, яка забезпечує надійність і рентабельність запропонованих процесів. Враховуючи недосконаліть практики виконання маркетингових досліджень структуруємо методичні положення процесу.

Діапазон маркетингового дослідження визначається необхідністю вибору, обґрунтування альтернатив і формування відповідної стратегії маркетингу. Основні вимоги до аналізу ринку, полягають у встановленні системи взаємовідносин „ринок-проект", визначенні стратегічних обмежень і проблем, окресленні стратегічних варіантів проекту [2, с.127-129].

Для досягнення визначених цілей, дослідження виконується за структурним планом: оцінювання цільового ринку; аналіз потенційних споживачів і сегментація; аналіз конкуренції, наявних і потенційних конкурентів; аудит внутрішніх можливостей підприємства; оцінювання правових аспектів ринкової діяльності. Визначення структури цільового ринку дозволяє отримати інформацію про тенденції розвитку галузі, характеристики споживачів, особливості конкуренції, фактичну та потенційну місткість ринку. Після визначення відповідних характеристик оцінюються потенційні споживачі, виконується сегментація ринку. Під час аналізу конкурентів основна увага приділяється поточному стану порівняно з конкурентним (визначається вид конкуренції та структура середовища (монополія, олігополія, чиста і монополістична конкуренції); оцінюється поведінка конкурентів, їх слабкі та сильні ознаки. Дослідження ринку передбачає аналіз галузевого сектору (привабливість, ринковий потенціал, ризики), економічного та соціального середовища. Внутрішній аудит охоплює напрями виробництва, маркетингу, фінансів, персоналу, системи менеджменту [5, с.113-115].

Прогнозування майбутнього розвитку ґрунтується на отриманій кількісній і якісній інформації з урахуванням факторів невизначеності зовнішнього середовища, які сприяють реальності проекту та не створюють загрози для його реалізації. Такі потенційні можливості та ризики є критичними перемінними проекту чи його альтернатив і забезпечують базу для подальшої розрбки його стратегії та відповідної концепції маркетингу. Роль маркетингу в діяльності вітчизняних підприємств не обмежується аналізом ринку та

виявленням перспектив її розвитку. Інструментарій стратегічного маркетингу дозволяє визначити нормативи конкурентоспроможності виробів, портфель інновацій підприємства, а також можливості їхньої реалізації у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Розроблення стратегії проекту передбачає виконання таких етапів:

– визначення мети формування стратегії проекту;

– вибір географічних і споживчих сегментів з урахуванням конкурентоспроможності;

– обґрунтування ринкового позиціонування підприємства;

– вибір базових стратегічних варіантів проекту відповідно до частки ринку, яку очікується освоювати (стратегії конкурентних переваг за М.Портером);

– визначення зв'язків „продукт-ринок", границь концепції маркетингу та розроблення маркетингових стратегій (стратегії за моделлю І. Ансоффа);

– формування стратегії інноваційного проекту [4, с.137-141].

На підставі розробленої стратегії формується маркетинговий план, який передбачає довгострокове управління маркетингом під час реалізації проекту та оперативний контроль за заходами і бюджетом маркетингу.

Список використаної літератури

1. Зозульов О., Базь М., Царьова Т. Маркетинг як основа інноваційної діяльності вітчизняних підприємств // Маркетинг в Україні. – 2007. – №4. – С.33–41.
2. Савельєв, Є. Новітній маркетинг: теоретичний і практичний аспекти / Є. Савельєв // Вісник Тернопільської академії народного господарства.– Тернопіль, 2005.– Вип. 3.– С. 113-133.
3. Куриляк, В. Є. Вплив глобалізації на економічний розвиток України [Текст] / В. Є. Куриляк, Є. В. Савельєв // Новий світовий економічний порядок та глобальні виклики для України : монографія / О. В. Булатова, Ю. Г. Козак, В. В. Козюк, Н. В. Комар ; за наук. ред. А. Крисоватого, Є. Савельєва. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – С. 369-382.
4. Чухрай Н.І. Прибутковий маркетинг: взаємоузгодження маркетингових і фінансових рішень: Монографія / Н.І. Чухрай, А.О. Мавріна.- Львів: Вид-во Націон. ун-ту «Львівська політехніка», 2012. – 205 с.
5. Чухрай Н.І. Маркетинг інновацій: Підручник / Н.І. Чухрай. - Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2011. - 256 с.

Соломіна Ганна Валеріївна,
к.е.н., доцент кафедри економічної
та інформаційної безпеки
Антіпова Дар'я Сергіївна,
студентка 1 курсу
спеціальність «Менеджмент», *ДДУВС*

ІННОВАЦІЙНО - ІНВЕСТИЦІЙНОГО МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Недосконалість економічних реформ та нормативно - законодавчої бази виступають головними факторами гальмування інвестиційно-інноваційного розвитку вітчизняного підприємництва.

Аналіз останніх досліджень, засвідчив, що інноваційно – інвестиційний розвиток підприємництва пов'язаний із ефективним використанням фінансових ресурсів, пошуком їх додаткових джерел, залученням потенційних інвесторів та тісно пов'язаний із формуванням нових знань та ідей, технологічним освоєнням наукових винаходів, з впровадженням нововведень [1, с.57; 2; 3, с.8]. Проте, на сьогодні відповідний напрям підприємництва є нерозвинутим, що пов'язано з недосконалістю економічно – технічних та організаційно – управлінських складових.

Загалом, інвестування виступає цілісним процесом капіталовкладень, в результаті якого відбувається послідовна зміна форм вартості та реалізується динамічний зв'язок між взаємозалежними та взаємопов'язаними елементами інвестиційної діяльності: ресурси – витрати – дохід. Інновації виступають впровадженням нових форм організації праці та управління, а також використання результатів інтелектуальної праці, технологічних розробок, спрямованих на удосконалення соціально-економічної діяльності.

Сукупність інвестиційних та інноваційних процесів в підприємництві слід розглядати в комплексі, що призводить до необхідності побудови та використання моделі, яка поєднує в собі принципи, методи та механізми реалізації, критерії прийняття відповідних рішень.

Успішна її реалізація можлива за умови забезпечення наступних вимог:

- узгодження потреби в інноваціях та обсягах залучення інвестицій;
- оптимізації поєднання очікуваної прибутковості від вкладання інвестицій в інновації та потенційних ризиків, пов'язаних із невизначеністю в майбутньому;
- окресленням термінів для впровадження нововведень, що сприяють залученню інвесторів, які усвідомлюють цінність інновацій.

Запровадження сучасної інноваційно - інвестиційної моделі розвитку підприємництва надасть можливість системно та комплексно вирішувати питання, що виникають при зміні методів і підходів до інвестиційного

забезпечення інноваційних процесів, раціоналізації механізмів управління залучення інвестицій.

Відповідний розвиток пов‘язаний з інноваційним потенціалом, що вказує на можливість і здатність підприємництва до впровадження інновацій. Під ним науковці пропонують розуміти [5, с.56] сукупність природних і трудових ресурсів, організаційних та інформаційних компонентів, матеріальних умов, що функціонують в умовах впливу факторів зовнішнього середовища, з метою вирішення завдань інноваційної діяльності. Складовими потенціалу є: інтелектуальні ресурси (патенти, ліцензії, технологічна документація); матеріальні ресурси (технологічне устаткування); фінансові ресурси (власний, позичковий, венчурний капітал); трудові ресурси (кваліфіковані кадри); інфраструктурні ресурси (техніко-технологічні підрозділи, патентно-правові відділи). Для ефективного функціонування моделі інноваційно – інвестиційного розвитку підприємництва необхідно існування такого середовища, що забезпечить підтримку учасників ринку, а це стає можливим завдяки участі держави у відповідних відносинах [4, с.315]. Сприятливі передумови для розвитку досягаються завдяки ресурсозабезпеченості та конкурентоспроможності підприємств всіх форм власності. Зазначений інноваційний потенціал полягає у взаємодії таких економічних відносин, за яких реалізовується активне інноваційне функціонування.

Вітчизняний екстенсивний шлях розвитку економіки та потенціалу підприємництва призводить до неефективного використання ресурсів, а внаслідок цього – нестачі ресурсів, а отже, стримує формування конкурентоспроможного інноваційного потенціалу [5, с.457].

Запорукою інтенсифікації інноваційно – інвестиційної моделі та підвищення результативності його реалізації необхідно:

- збереження позитивних тенденцій в підприємництві із залученням держави;
- визначення пріоритетних галузей економіки для зовнішнього і внутрішнього інвестування;
- обрання ефективної довготривалої стратегії економічного зростання;
- ефективний моніторинг ринку, вивчення конкурентного середовища.

Проблеми інвестійно-інноваційного розвитку підприємництва в умовах сучасної економіки потребують негайного вирішення. Підприємства за обставини структурних і функціональних змін економіки завдяки інвестуванню в інноваційну діяльність, можуть досягти високих економічних показників, зокрема зростання прибутку та збільшення обсягу виробництва продукції.

Реалізація запропонованої інноваційно – інвестиційної моделі потребує належного фінансового забезпечення, недостатність якого актуалізує питання залучення інвестицій або отримання зовнішніх запозичень. Як показує досвід європейських країн, успішний перехід до інноваційної моделі можливий також за умови докорінної перебудови регуляторних механізмів та позитивного сприймання інновацій.

Список використаної літератури

1. Мазур І.І., Радица О. Протидія корупції у системі регулювання підприємницької діяльності в Україні/Вісник КНУ імені тараса Шевченка серія «Економіка», № 124/125, 2011. – с.57-60.
2. Бондар М.І. Інвестиційна діяльність: методика та організація обліку і контролю: монографія/М.І. Бондар.- К.:КНЕУ, 2008 – 256 с.
3. Шевченко С.Ю. Економічна сутність інвестицій та інвестиційної діяльності/ С.Ю.Шевченко //Інвестиції: практика та досвід.- 2013.- №1.с.7-10.
4. Чухрай Н.І. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення: Монографія.-Л.: Вид-во "ЛП", 2002. – 315 с.
5. Гринько Т. Щодо інноваційного потенціалу як складової частини інноваційної активності підприємств/ Вид-во Інноваційний аспект.- 2010.-С. 56-58.

Чоповенко Лілія Миколаївна
студентка
Зачосова Наталія Володимирівна
к.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту та економічної безпеки
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

НЕОБХІДНІСТЬ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Серед існуючого різноманіття видів економічної діяльності, однією із більш специфічних в Україні є сільське господарство.

Сільське господарство – це економічна галузь, метою функціонування якої є забезпечення населення продовольчими товарами та отримання сировини для промисловості [2].

На даний час важливим фактором ефективності розвитку сільського господарства у межах аграрної сфери є зміцнення інноваційно-інвестиційного потенціалу, що сприятиме підвищенню ефективності управління інноваціями та успішними інвестиціями в аграрній галузі, виготовленню якісної продукції, яка буде конкурентоспроможною на світовому ринку.

Нині уряд України прагне надати іноземні інвестиції в аграрну сферу. Український чорнозем є родючим ресурсом, яким наділена не кожна країна. Нажаль, вітчизняні інвестори не вкладають кошти в аграрне господарство,а от

іноземні компанії охоче беруть в оренду землі, обробляють їх, отримують високі фінансові результати.

Взаємодія України з європейськими державами є однією із найважливіших умов для формування ефективної інвестиційної політики, підвищення інноваційної активності в економіці, розвитку економічної та соціальної інфраструктури. За результатами рейтингової оцінки, проведеної Світовим Банком у 2016, Україна займає 130 позицію із 174 країн світу за рівнем інвестиційної привабливості, що головним чином пояснюється несприятливим бізнес-кліматом [1].

Головним завданням інвестиційної політики аграрної сфери має бути розвиток державно-приватного партнерства, активізація науково-технічної та інноваційної діяльності в інтересах розвитку національної економіки, спрямування інвестиційних потоків у агропромисловий сектор, створення та вдосконалення функціонування територій пріоритетного розвитку.

Закордонні інвестори проводять дослідження економічного розвитку України, визначаючи привабливі галузі для інвестування капіталу. У процесі аналізу стану сфер і галузей економіки розглядається процес проведення реформ в Україні. Нині пріоритетним напрямом структурної перебудови у сфері матеріального виробництва є агропромисловий комплекс. Для залучення іноземних інвестицій у сільське господарство важливе значення мають двосторонні зв'язки та домовленості із зарубіжними інвесторами, що ґрунтуються на взаємовигідних для обох сторін відносинах [2].

Іншим важливим аспектом інвестиційної привабливості аграрного сектора економіки України є інноваційна діяльність як фактор забезпечення економічного розвитку. Інноваційний процес агропромислового виробництва можна охарактеризувати двома основними рисами: його базовою основою є нова наукова ідея, що в ході інноваційного процесу розробляється більш детально, проходить технічну апробацію та впроваджується у виробництво; головним критерієм успіху інноваційного процесу є суспільна необхідність та значущість його результатів. В умовах ринку недостатньо запропонувати інновацію – вона ще має бути успішно реалізована на прикладному рівні [3].

Виокремлюють такі етапи впливу інноваційно-інвестиційного забезпечення на розвиток аграрних підприємств:

перший –оцінка інноваційного потенціалу сільського господарства;

другий – визначення ефективності інноваційно-інвестиційного плану;

третій – аналіз результату інноваційно-інвестиційного плану, формування стратегії інноваційного розвитку аграрного сектора.

Європейською комісією визначено такі стратегічні пріоритети щодо розвитку аграрного сектору економіки України:

- передача знань в інноваційній сфері у сільському господарстві;
- підвищення рівня життєздатності та конкурентоспроможності всіх видів сільського господарства;

- сприяння інтенсивному надходженню інвестицій для підтримки аграрних господарств [3].

Досліджуючи сучасний стан інноваційно-інвестиційного забезпечення аграрних підприємств, приходимо до висновку, що важливе значення для прискорення їх інноваційного розвитку мають програми державної підтримки.

Крім того, особливе значення має ефективний розподіл земель на користь ефективного використання орендаторів, які мають зацікавленість у аграрному виробництві, адже, щоб підтримувати родючість землі, потрібно інвестувати, перманентно витрачати інвестиційні ресурси.

Список використаної літератури

1. Борисенко О.Ю. Іноземнеінвестування аграрного сектору економікиУкраїни[Електронний ресурс]. – Режим доступу :

2. Ринокземлі та специфіка аграрного виробництва. Навчальні матеріали онлайн[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1051020562908/politekonomiya/rinok_zemli_spetsifika_agrarnogo_virobnitstva

3. Войтович Н. В. Інноваційно-інвестиційне забезпечення розвитку аграрної сфери економіки України/ Н. В. Войтович // Вісникаграрної науки Причорномор'я. – 2014. – Т. 2, Вип. 3.

Шепелюк Ольга Вікторівна,
магістр
КНТЕУ
Зубко Тетяна Леонідівна, к.е.н,
доцент, доцент кафедри економіки та
фінансів підприємства

МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВО-МАЙНОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах оцінка фінансово - майнового стану підприємств є важливою задачею управління. Якісна та обґрунтована оцінка дає змогу приймати рішення, що дозволяють підприємствам не тільки утримуватися на ринку, а й здійснювати заходи щодо розвитку. Значення оцінки фінансово – майнового стану пояснюється тим, що, на відміну від інших аспектів або напрямків діяльності підприємств, дана несе в собі властивості універсальної. Іншими словами, фінансово – майновий стан, хоча і є інструментальним поняттям, інтегровано відображає якість господарської діяльності підприємства.

В економічній літературі існують безліч методичних підходів щодо оцінки фінансового стану. Традиційно у наукових джерелах виділяють наступні методи: горизонтальний аналіз; вертикальний аналіз; порівняльний аналіз; метод фінансових коефіцієнтів; беззбитковий метод; рівноважний метод.

Горизонтальний аналіз базується на вивченні динаміки окремих показників фінансового стану підприємства у часі. За допомогою цієї системи аналізу розраховуються темпи зростання окремих показників за кілька періодів дослідження та визначаються загальні тенденції їхніх змін.

Перевагами прийому є можливість одержання найбільш загального уявлення про якісні зміни, які відбувались у структурі коштів і їх джерел, а також динаміку цих змін.

Недоліки такого аналізу: зміни, що відбулися, характеризують дії минулих періодів, і відсутні підстави вважати, що подібні тенденції збережуться і в майбутньому; не маючи додаткових даних, неможливо однозначно інтерпретувати аналізовані зміни; деякі результуючі показники обумовлені настільки значним числом факторів, у тому числі і зовнішніх, як економічних, так і політичних, що прогнозувати їх на основі аналізу попередньої динаміки практично неможливо; оцінювати зростання ефективності, не маючи даних про реальний стан організації, важко [1].

Вертикальний аналіз базується на структурному розкладанні окремих показників фінансової звітності підприємства. У цьому випадку здійснюється розрахунок питомої ваги окремих структурних елементів агрегованих фінансових показників.

Переваги: дозволяє одержати найбільш загальне уявлення про якісні зміни, які відбувались у структурі коштів і їх джерел, а також динаміці цих змін, такі прийоми використовуються практично в усіх методиках.

Недоліки: не містять механізму порівняння окремих варіантів економічних рішень і не передбачають взаємозамінюваності різних ресурсів, через що унеможливлюється вибір оптимального варіанта розвитку економічної системи; обмежене врахування інфляції [1].

Порівняльний аналіз - це внутрішньогосподарський аналіз зведених показників звітності за окремими показниками самого підприємства та його дочірніх підприємств (філій), а також міжгосподарський аналіз показників певної фірми з показниками конкурентів або середньогалузевими та середніми показниками.

Переваги: гнучкий, динамічний, є основою комплексної оцінки показників фінансово – майнового стану.

Недоліки: трудомісткий; можливий при наявності доступної, повної і достовірної інформації; важко використовувати з урахуванням фактору часу; ототожнення різних напрямків оцінки фінансового стану; для того, щоб за результатами порівняння можна було зробити правильні висновки, необхідно забезпечити відповідність показників та їх однорідність за календарними строками, методами оцінки, умовами роботи, інфляційними процесами [1].

Метод фінансових коефіцієнтів передбачає розрахунок системи показників, що висвітлюють різні боки господарювання підприємства і враховують вплив як внутрішнього, так і зовнішнього середовища на фінансовий стан підприємства. До складу показників, які відносяться до коефіцієнтного методу належать показники, що характеризують фінансову стійкість, платоспроможність і ліквідність, рентабельність (прибутковість) діяльності, майновий стан та ділову активність [2].

Переваги: простота обчислення величин; логіка відбору показників, правильність їх інтерпретації; використання коефіцієнтів у просторово-часовому аспекті, тобто дає можливість швидко у відносних величинах здійснювати як експрес-, так і комплексну діагностику.

Основними недоліками даного методу, що ускладнюють його застосування,є:

- трудомісткість, тобто досить складний процес формування результатів оцінки;
- відсутність нормативних значень більшості коефіцієнтів, що використовуються в процесі аналізу;
- ситуація, коли зміни величин коефіцієнтів у динаміці не можуть бути інтерпретовані належним чином, оскільки значення для розрахунку постійно змінюються у часі;
- фінансова звітність, на основі якої оцінюється фінансовий стан підприємства коефіцієнтним методом, відображає лише ті події, що можуть бути представлені в грошовому вимірі і які вже сталися.

Беззбитковий метод базується на ролі операційного важеля у формуванні результатів діяльності підприємства, на можливості управління його витратами й результатами. Критерієм оцінки фінансово - майнового стану підприємства в цьому випадку виступає запас фінансової міцності підприємства. Перевагою цього методу є те, що він включає беззбитковість (базовий аспект діяльності підприємства) та витрати, тому і є сучасним та практичним. Недоліком є те, що він не узгоджується з такими сторонами оцінки як конкурентоспроможність, кредитоспроможність, ринкова і ділова активність, тобто він потребує подальшого розвитку [3].

Рівноважний метод базується на понятті ліквідності й оцінці фінансового стану підприємства з позицій досягнення рівноваги між ліквідними потоками у сфері господарсько-інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. Перша виступає як зона створення коштів, а друга - як зона споживання коштів. Формовані і спожиті в них ліквідні грошові потоки мають назву результату господарської діяльності і результату фінансової діяльності відповідно. Рівність між цими результатами створює ситуацію ідеальної фінансової рівноваги підприємства, коли сукупний результат господарської і фінансової діяльності дорівнює нулю. Даний метод апробований світовим досвідом [4]. Однак, метод має свої недоліки, а саме: неможливість врахування стану підприємства в конкретному, діловому, кредитному і ринковому середовищі.

Основними критеріями вибору того чи іншого методу оцінки можуть бути: 1) часові обмеження, 2) межі охоплення аналізом, 3) наявність доступу до детальної інформації про діяльність підприємства.

Список використаної літератури

1. Грачова, М. Є. Фінансовий аналіз [Електронний ресурс] / М. Є. Грачова. – Режим доступу http://www.auditfin.com/fin/2004/1/fin_2004_11_rus_03_01_Gracheva/fin_2004_11_rus_03_01_Gracheva. asp.
2. Кіндрацька Г.І., Білик М.С., Загородній А.Г. Економічний аналіз: Підручник / За ред. проф. А.Г. Загороднього. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 487 с.
3. Олексів І.Б., Фещур Р.В. «Проблеми аналізу та оцінки фінансового стану підприємства» Журнал «Економічний вісник» Випуск 68, ст. 256-263.
4. Азарова А.О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства / А.О. Азарова, О.В. Рузакова. – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 172 с. Монографія.

Штука Анна Олексіївна
магістр
науковий керівник:
Зубко Тетяна Леонідівна
к.е.н, доцент кафедри економіки та фінансів підприємства, керівник
Київський національний торговельно-економічний університет

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ІНДИКАТОРНИМ МЕТОДОМ

Конкретного виразу оцінка рівня економічної безпеки набуває в системі економічних показників, які необхідно постійно розширювати. Побудова на підставі критеріальної оцінки комплексної системи показників-індикаторів, які об'ємно характеризують тенденції зміни стану і рівня економічної безпеки, є складним процесом, оскільки переважну більшість показників-індикаторів потрібно динамічно змінювати.

Індикаторний підхід передбачає розрахунок певного набору показників економічної безпеки та порівняння (зіставлення) їх фактичних значень з пороговими. Під пороговими значеннями індикаторів економічної безпеки слід розуміти їх граничні величини, недотримання яких свідчить про наявність загроз економічній безпеці. За такого підходу рівень безпеки підприємства визначається як середньозважений ступінь відповідності фактичних значень

оціночних показників їх пороговим значенням. Такий розрахунок, як правило, проводиться спочатку за кожною окремою функціональною складовою економічної безпеки, а потім розраховується загальний її рівень з урахуванням вагомості кожної складової.

Існують різні погляди на визначення множини показників (індикаторів) економічної безпеки. Основним критерієм включення показника до множини індикаторів економічної безпеки є забезпечення реалізації пріоритетних економічних інтересів підприємства (як і господарських загалом). Ці інтереси визначаються станом функціонування підприємства. Більшість існуючих індикаторних підходів до оцінки рівня економічної безпеки суб'єкта господарювання дають статичну її оцінку на певний момент. Однак на практиці в зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємства відбуваються постійні зміни. Тому такі методики оцінки економічної безпеки недоцільно використовувати для прогнозування її рівня в майбутньому [1-4]. На основі оцінки стану фінансової складової діяльності підприємства деякі автори пропонують визначати оцінку економічного стану підприємства (здатність підприємства фінансувати свою діяльність) і його економічних ресурсів. Далі пропонується проводити інтегральний фінансовий аналіз .

Сучасний інструментарій визначення інтегрального показника рівня економічної безпеки конкретного підприємства лише констатує його зміни чи відхилення від загальноприйнятної нормативної бази, що “не завжди сприяє інтегрованому та якісному управлінню загальним станом забезпечення економічної безпеки суб’єкта господарювання, тільки хіба що допомагає у побудові уявної багато параметричної функції” [4, с. 106]. Оцінка економічної безпеки здебільшого ґрунтується на фінансово-економічних показниках діяльності підприємства та балансовому узагальненні його активів і капіталу. Проте така оцінка є звуженою щодо охоплення ризиків і загроз, не відображає ймовірності їх впливу, а по суті більшою чи меншою мірою деталізує фінансово-економічний стан суб’єкта ринкової економіки, динаміку його фінансових результатів (прибуток, рівень ринкової капіталізації). Безперечно такий оцінно-аналітичний процес певною мірою враховує коливання фінансових показників ліквідності внаслідок дій зовнішніх факторів. Рівень економічної безпеки, залежний від конкретного стану характеристик функціонування і розвитку економічної системи, оцінюють за кількісним і якісним підходом при цьому “важливою вимогою є аргументований вибір критеріїв оцінки її рівня та показників для констатації кількісної оцінки рівня економічної безпеки” [5, с.16]. Кількісна характеристика економічної безпеки соціально-економічної системи вимагає вироблення певних критеріїв оцінювання. Зазвичай, “аналітичну оцінку рівня економічної безпеки підприємства пропонується оцінювати на підставі сукупного критерію через зважування і підсумування окремих функціональних критеріїв” [6, с. 235].

Інтегральний показник фінансово-економічної безпеки соціально-економічної системи будується на обраних часткових показниках з

урахуванням певних коефіцієнтів їх вагомості. Як часткові показники, так і вагові коефіцієнти не мають формалізовано обґрунтованого значення і переважно базуються на суб'єктивній (експертне оцінювання, професійні судження) основі. Міжнародною організацією стандартизації (ISO) розроблені стандарти з управління ризиками, які формують інструментарій для зниження ризиків, зокрема норми, правила та методи оцінки ризиків [7].

Нормативним документом [8] наводиться методики оцінювання цих ризиків при розрахунку рівня економічної безпеки, а [9] аналітична оцінка загального (інтегрованого) показника рівня економічної безпеки. Комплексний підхід до формулювання системи оцінювання економічної безпеки конкретного підприємства повинен спиратися на обґрунтоване науково-методичне забезпечення, зокрема чітко визначених факторів впливу і загроз його економічній безпеці в конкретних економічних умовах з урахуванням галузі економіки, встановлення їх критеріальних рівнів. Практичне забезпечення розробки методичного підходу до оцінки рівня економічної безпеки повинно базуватися на кількісних показниках і якісних індикаторах, зведених у систему з можливістю зміни їх вагомості без змін самої методики. У деяких публікаціях, наприклад [10], пропонується набір індикаторів для формулювання системи моніторингу економічної безпеки суб'єктів підприємництва з позиції "системної цілісності", яка розкривається через групи індикаторів запозичених і системи збалансованих показників (Balanced Scorecard). Ця система (BSC) розроблена для супроводу управління ефективністю функціонування підприємств корпоративного типу основи якого критерії зростання вартості власного капіталу в стабільних умовах економіки, а тому до економічної безпеки підприємства може мати лише опосередковане відношення. На противагу такій концептуальній спрямованості у публікації [8] науковці дотримуються комплексного підходу до стабілізації фінансово-економічної безпеки, який полягає в реалізації заходів в системі ефективного управління фінансовими ресурсами підприємства, його грошовими коштами, дебіторською заборгованістю, запасами і необоротними активами.

Список використаної літератури:

1. Реверчук Н. Й. Управління економічною безпекою підприємницьких структур: Монографія. – Львів : ЛБІ НБУ, 2004. – 195 с.

3. Бендасюк О. О. Критерії й індикатори соціально-економічної безпеки // Вісник Хмельницького нац. університету. – 2010. – № 1, т. 2. – С. 7-11.

4. Грицюк Н. А. Методичні підходи до обґрунтування індикаторів оцінки рівня фінансової безпеки підприємства / Н. А. Грицюк // Проблеми науки. – 2008. – № 6. – С. 31–35.

5. Хома І.Б. Механізм структурно-функціональної діагностики рівня економічної безпеки підприємства / І.Б. Хома // Вчені записки Університету "КРОК". – 2011. – Вип. 27. Т. 1. – С. 104–108.

6. Резніков О.Л. Формування економічної безпеки промислового підприємства: автореф. дис. …канд. екон. наук: спец. 08.00.04 – економіка та управління

підприємствами / О.Л. Резніков. – Маріуполь: ДВНЗ "Приазовський державний технічний університет", 2011. – 20 с.
7. Городня Т.А. Комплесна оцінка економічної безпеки підприємства // Економічна та фінансова діагностика: навч. посібник / Т.А. Городня, І.П. Мойсеєнко. – Львів: "Магнолія 2006", 2008. – 282 с.
8. Стандарт ISO/IEC 31010: 2009. Управління ризиками – методи оцінки ризиків: [Електронний ресурс]. – http//www.dssu.gov.ua /document/131116/ISO31010.
9. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України. Наказ Міністерства економіки України від 02.03.2007 р. № 60 [Електр. ресурс] / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=97980&cat_id=38738.
10. Аналітична оцінка рівня економічної безпеки підприємства [Електр. ресурс]. – Режим доступу: http://www.5dp.com.ua/content/view/260/35

Шулімов Данило Олександрович,
магістр
Науковий керівник:
Горбунова Анна Володимирівна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Запорізький національний університет

ОБҐРУНТУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема забезпечення конкурентних переваг за умов ринкових відносин є однією з найважливіших для сталого функціонування підприємств. Однак сучасний стан економіки України через фактичну відсутність будь-якого сприяння розвиткові бізнесу з боку держави, а також посилення конкуренції на більшості ринків актуалізують цю проблему, зумовлюючи необхідність формування та застосування вітчизняними підприємствами дієвого механізму забезпечення їх конкурентоспроможності.

Зазначена проблема вже досить ґрунтовно досліджена для підприємств різних галузей економіки та з різних позицій, серед яких, наприклад, можна виокремити стратегічний, маркетинговий, зовнішньоекономічний, екологічний та інші аспекти. Питання об'єктивного оцінювання та підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств знайшли своє відображення в наукових

роботах Н.О. Безнощенко [1], Ю.М. Мануйловича [3], О.О. Мезенцевої [4], Т.В. Федорової [5], О.Г. Янкового [2] та інших вчених.

Утім, сучасні досить несприятливі для бізнесу економічні процеси ставлять перед підприємствами нові питання, пов'язані з необхідністю забезпечення належного рівня їх конкурентоспроможності як на внутрішніх, так і на міжнародному ринках.

Щодо сутності конкурентоспроможності підприємства, то на думку авторів колективної монографії за редакцією О.Г. Янкового вона комплексно характеризує здатність виробляти й реалізовувати свою продукцію швидко, дешево, якісно, продавати її в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування. Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [2, с. 7].

Як альтернативу та доповнення можна також навести визначення, запропоноване О.О. Мезенцевою, відповідно до якого конкурентоспроможність підприємства визначається спроможністю збільшувати конкурентну позицію підприємства згідно з наявними економічними можливостями підприємства, що дає змогу виокремити особливості оцінювання показників цих понять завдяки визначенню характеру їх взаємозв'язку. При цьому науково-методичне забезпечення оцінювання конкурентоспроможності підприємства має враховувати динамічні зміни у взаємодії його контрагентів та давати змогу визначення напрямів підвищення конкурентоспроможності при прогнозуванні діяльності підприємства [4, с. 7].

Трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства» в інтерпретації Т.В. Федорової передбачає комплексний розгляд цього терміна як характеристики конкурентних переваг, критерію ефективності господарської діяльності та реалізації сукупності потенціалів підприємства, індикатора оптимальної взаємодії суб'єктів ринку і чинника забезпечення потреб споживачів. Дослідниця визначила також складові (підсистеми) управління конкурентним розвитком підприємства, а саме: у функціональній частині було виділено організаційну, виробничу, маркетингову та соціальну підсистеми; в інформаційній (змістовій) частині було розроблено підсистеми прийняття управлінського рішення щодо вибору конкурентної стратегії та контролю за її імплементацією [5, с. 8].

На думку Ю.М. Мануйловича управління конкурентоспроможністю підприємства визначається як процес і сукупність управлінських заходів, спрямованих на дослідження внутрішніх та зовнішніх умов функціонування підприємства з адаптацією до них усіх його функціональних сфер із метою формування й підтримки довгострокових конкурентних переваг на цільових ринках, що дає підприємству можливість у подальшому утримувати лідируючі позиції [3, с. 8]. У своїй дисертації автор обґрунтовує, що забезпечення конкурентоспроможності підприємства можливе лише за умови створення

ефективної системи управління підприємством, в якій враховані інтереси підприємства в різних аспектах його діяльності [3, с. 181].

Також слід звернути увагу на визначення поняття «забезпечення конкурентоспроможності підприємства», запропоноване Н.О. Безнощенко, що базується на його розумінні, не як сукупності заходів і засобів, а як послідовного процесу, спрямованого на перетворення наявних ресурсів та можливостей підприємства на реалізацію конкурентних переваг, створення умов, що сприяють підвищенню конкурентних можливостей, зміцненню конкурентних позицій на вітчизняному і світовому ринках та забезпеченню стійкого розвитку підприємства [1, с. 8].

Отже, механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства, враховуючи результати, відображені в проаналізованих наукових роботах, можна визначити як комплекс, що ґрунтується на відповідних принципах, функціях і методах, враховує вплив зовнішніх і внутрішніх факторів, поєднуючи складові формування конкурентоспроможності підприємства, організаційно-економічні заходи щодо забезпечення, оцінювання та підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, а також адаптацію до сучасних економічних умов.

Список використаної літератури

1. Безнощенко Н.О. Забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств в сучасних умовах господарювання : Дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Н.О. Безнощенко. – Одеса, 2015. – 205 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : Монографія / За заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
3. Мануйлович Ю.М. Маркетингове управління підвищенням конкурентоспроможності машинобудівних підприємств : Дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Ю.М. Мануйлович. – Хмельницький, 2015. – 228 с.
4. Мезенцева О.О. Напрями підвищення конкурентоспроможності металургійних підприємств України : Дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / О.О. Мезенцева. – Київ, 2014. – 204 с.
5. Федорова Т.В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі : Дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Т.В. Федорова. – Житомир, 2015. – 203 с.

Бабич Єлизавета Юріївна
студентка
Яковенко Роман Валерійович
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
маркетингу та економічної кібернетики
Центральноукраїнський національний технічний університет

ЕКОНОМІЧНІ АФЕРИ В УКРАЇНІ

Афера — ризикована, сумнівна і непристойна справа з метою особистої наживи; синонім шахрайства [2, с. 1]. Однією з найголовніших проблем в українській економіці є не криза, котрою українська влада прикривається, а шахраї та аферисти, які за підтримки влади та силових структур провертають схеми в фінансовій сфері країни на колосальні кошти. Фінансові махінації в Україні зараз присутні скрізь, на будь-якому підприємстві, від звичайного магазину до масштабних заводів. Кожна людина намагається збагатитися. А найпростіша схема зробити це – лише шахрайство, чим успішно займається значна частина населення нашої країни.

На 2017 рік складно сказати яка саме економічна афера була наймасштабнішою. Дуже багато махінацій проходять саме на підприємствах, в тому числі й державних. Але дуже добре відчуваються наслідки цих схем, коли ці махінації проводять над простим народом. І саме вони просто не змогли стати непомітними.

Аферисти не пропускають нагоди поживитися грошима населення. Навесні 2012 року СБУ закінчила досудову справу за фактом викрадання коштів Фонду гарантування вкладів фізосіб. Було встановлено слідством, що до цієї історії причетний власник декількох банків, який викрав з фонду 620 млн грн. За даними СБУ, в 2009-2010 роках співробітники його банків відкрили 1339 депозитних рахунків на підставних осіб та документально оформили перерахування на них віртуальних грошей. Надалі це стало підставою для отримання реальних коштів з Фонду гарантування вкладів фізичних осіб. 620 млн грн були отримані готівкою трьома особами.

Також не менш масштабні афери відбуваються і на страховому ринку. Кинута напризволяще страхова компанія одного із банків, «стала банкротом» незабаром після продажу банку. Згідно з інформацією ліквідатора компанії, реєстр кредиторів був сформований ще навесні 2011 року. Усього було отримано претензії на 93 млн грн, з яких законними визнані тільки на 23 млн грн.

Ось так дуже просто присвоїти собі чужі гроші, та й не складніше залишитись перед законом «чистим».

У нашому сьогоденні щодня провертаються близько тисячі афер, навколо нас крутяться мільйони доларів. Відкрився новий банк з надкрутою рекламою і український народ спішить покласти туди свої кошти з метою зберегти свої надбання. Через рік банк закривається і коштів немає. Немає банку – немає грошей. І це ще не все. Наскільки шахраї проникли у всі сфери економіки країни, що навіть важко представити яким би могло бути наше життя, якби не було такого фінансового колообігу грошей.

Список використаної літератури

1. Кортер С. Ведення криміналістики / С. Кортер. – К. : УБС НБУ, 2015. – 216 с.
2. Вільна вікіпедія. – Вікісловник.
3. Гриньова В. М. Державне регулювання економіки / В. М. Гриньова. — Харків : Вид. дім "ІНЖЕК", 2015. – 756 с.
4. Фінанси підприємств : підруч. / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. Поддєрьогін А. М. – [Вид. 2-е, перероб. та доп.]. — К. : КНЕУ, 1999. — 384 с.

Бабошина Ольга Михайлівна
студентка
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Гераймович Віолета Леонтівна
к. е. н., доцент, доцент кафедри глобальної економіки

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Малий бізнес є провідним сектором ринкової економіки; основою дрібнотоварного виробництва; визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику ВВП; здійснює структурну перебудову економіки, швидку окупність витрат, свободу ринкового вибору; забезпечує насичення ринку споживацькими товарами та послугами повсякденного попиту, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця, має високу мобільність, раціональні форми управління; формує новий соціальний прошарок підприємців-власників; сприяє послабленню монополізму та розвитку конкуренції. В останні роки України посилився інтерес до вивчення проблем і перспектив розвитку малих підприємств. Набуває актуальності розгляд даної теми, яка стосується проблем і перспектив малих підприємств в Україні.

Даною проблемою займалися багато провідних вчених, основні з них такі як: З. Варналій, Л. Воротіна, Л. Колеснікова, які вивчали різні підходи щодо вирішення проблем розвитку малих підприємств. Дослідженням природи малого бізнесу, його місце та роль в економіці країни вивчали Т. Кондратюк, О. Кужель, В. Ткаченко та інші.

Процвітання та розвиток будь-якої країни неможливий без максимальної зайнятості працездатного населення і стабільного економічного розвитку. А розвиток малого бізнесу є одним із найпріоритетніших напрямів розвитку економіки провідних країн світу. В економічно-розвинених державах саме малі підприємства є основним «джерелом» економіки. Понад 20 млн. підприємств малого і середнього бізнесу діють на території Європейського Союзу, частка яких у загальній доданій вартості складає близько 50%. До того ж, вони забезпечують майже чверть експорту [1]. Країною найбільшої концентрації підприємств малого бізнесу вважають Італію з політикою «економікою малого бізнесу», де діє близько 3,5 млн. малих та середніх підприємств, які забезпечують 52% ВВП та 18% експорту всієї продукції [2].

На даний момент економічна ситуація в Україні знаходиться в досить жахливому стані. Зруйновані командні важелі впливу на економіку, майже відсутній дієвий механізм ринкового саморегулювання, база оподаткування для підприємств є такою, що багато власників переходять до тіньової економіки, держава не надає пільгові умови тим підприємствам, які впроваджують прогресивні технології і створюють нові робочі місця. Держава повинна створити стійкий ринковий механізм, котрий здатен замінити адміністрування в економіці. Тільки із становленням у країні відносно розвиненої ринкової системи, господарські суб'єкти починають адекватно реагувати на сигнали ринку, формувати ефективні приватні економічні стратегії і з'являється можливість застосовувати традиційні регулятори економічної стабілізації [3].

Для того, щоб впевнитися у перспективі малих підприємств проаналізуємо основні показники їх діяльності, які наведенні нижче у таблиці 1 у порівнянні з середніми за розмірами у 2015 році [4].

Таблиця 1.

Основні показники діяльності підприємств за розмірами у 2015 році

Показник	Усього	Підприємства		
		великі	середні	малі
Кількість суб'єктів господарювання, одиниць	1974318	423	15203	327814
Кількістьсуб'єктів господарювання на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	461	0	0	4
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	8180,0	1708,6	2604,7	1576,4
Кількість найманих працівників,	6437,6	1708,6	2603,2	1466,3

тис. осіб				
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млн грн.	5556540,4	2053189,5	2168764,8	937112,8

Дані наведено без урахування результатів діяльності банків, бюджетних установ, тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

До основних причин гальмування розвитку малого бізнесу в Україні можна віднести:

- не розвинена законодавча база не лише з точки зору питань розвитку малого підприємництва, а й і підприємництва в цілому;
- щодо бази оподаткування, то держава виставила занадто високі податки, що змушує більшості суб'єктів малого бізнесу іти в тіньову економіку;
- недостатня державна фінансово-кредитна і майнова підтримка малих підприємств;
- недосконалість системи обліку та статистичної звітності;
- обмеженість консультативного та інформаційного забезпечення;
- недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кадрів для підприємницької діяльності [5].

Так як саме розвиток малого бізнесу є одним із найперспективніших засобів створення конкурентної ринкової системи, то потрібно негайно вирішувати ці проблеми. Таким чином, шляхи вирішення питання можна покращити за рахунок:

- створення раціональної нормативно-правової бази;
- організація фінансової підтримки і допомоги малому бізнесу;
- організаційне забезпечення малого бізнесу;
- створення забезпеченості інформацією та кадрами.

Якщо дотримуватися всіх кроків, перелічених вище, можна досягти того, що в Україні малий бізнес буде процвітати і приноситиме державі великі прибутки, частка на світовому ринку значно збільшиться, а обсяг ВВП значно зросте [6].

Отже, можна зробити висновок, що в сучасній ринковій економіці України мале підприємство має ряд перешкод – неефективна фінансова підтримка, надмірний податковий тиск та інші обмеження, встановлені на законодавчому рівні. Проте, якщо змінити відношення держави до даного бізнесу можна економіку країни підняти на досить високий рівень, зменшити кількість безробітних та збільшити прибутки.

Список використаної літератури

1. Малый бизнес: кредитование малого бизнеса [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.kreditbusiness.ru.

2. Жаліла Я. А. Малий і середній бізнес у пошуках місця в стратегії економічного зростання в Україні / Я. А. Жаліна. - К., 2002. – Вип. 19. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/Table/Jalilo19/002.htm.

3. Держкомстат [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.

4. Бех Н. Особливості розвитку та функціонування малого і середнього бізнесу в Україні/ Н.Бех // Галицький економічний вісник. - 2010. -№ 1(26). -С. 16-18.

5. Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/.

6. Інститут власності і свободи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pfi.org.ua.

Безуглий Андрій Сергійович
Студент
Київський кооперативний інститут бізнесу і права

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Формування ефективних умов господарювання завжди супроводжується виконанням важливих завдань підприємствами. Зокрема, ефективність збутової діяльності є вкрай залежною від наявності системи збуту та управління нею. А вже стратегію та тактику управління збутовою діяльністю в сучасних умовах глобалізації економіки та вітчизняних інтеграційних процесів у світовий економічний простір підприємства обирають самостійно.

Виходячи із того, що торгові концепції передбачають орієнтацію діяльності підприємства на потреби кінцевих споживачів, то, в цьому контексті, виробникові необхідно забезпечити не тільки збут товарів за межі підприємства, але й їхнє доведення безпосередньо до покупця. З розвитком та розширення ринкових інститутів проблеми взаємодії та взаємозадоволення інтересів споживача та підприємця загострюються. Очевидно, що загострюються проблеми збутової діяльності, оскільки ринкове насичення товарами створює передумови посилення споживчої конкуренції.

Сучасний стан економіки України теж вимагає реформування виробничих відносин, що ґрунтуються на ринкових засадах, зокрема, зумовлює об’єктивну необхідність оптимізації діяльності збуту підприємства з орієнтацією на

максимальну реалізацію виробленої продукції. В цьому контексті і потрібна переорієнтація роботи збуту та приведення її у відповідність до вимог ринкової економіки, орієнтованої на споживача. Відтак, постає завдання визначити найкращу збутову модель для сучасних умов. Адже з кожним днем стає все очевиднішим той факт, що у ситуації, коли доводиться боротися за кожного споживача, збутові моделі, побудовані на традиційних принципах, є малоефективними. Тому дослідження питань з удосконалення управління виробництвом продукції та її збутом на підприємстві є чи не найважливішим фактором ефективної діяльності підприємств [2].

Існує безліч думок та підходів щодо суті та місця збутової діяльності у системі підприємства. Найбільшої уваги заслуговують дискусії науковців стосовно співвідношення понять «збут-маркетинг» та «збут-логістика», оскільки при розгляді спеціальної економічної літератури, часто незрозумілою є різниця між ними. Ці проблеми ще на рівні теорії та методології є причиною виникнення труднощів і у практичній діяльності: при створенні структурних підрозділів підприємства, які займаються збутовою діяльністю та управлінням нею; при розподілі обов'язків, прав і повноважень працівників цих підрозділів; при прийнятті конкретних управлінських рішень та аналізу збутової діяльності.

В ринкових умовах під збутом (збутової діяльністю) частіше розуміють комплекс процедур просування готової продукції на ринок (формування попиту, отримання та обробка замовлень, комплектація та підготовка продукції до відправлення покупцям, відвантаження продукції на транспортний засіб і транспортування до місця продажу) та організацію розрахунків за неї (встановлення умов та здійснення процедур розрахунків з покупцями за відвантажену продукцію). Головна мета збуту при цьому озвучується як реалізація економічного інтересу виробника (одержання підприємницького прибутку) на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів.

Майже в усіх визначеннях збуту пріоритетом є досягнення мети у вигляді задоволення покупців та отримання прибутку, оскільки будь-яка діяльність, у тому числі збутова, функціонує з певною метою та задля її досягнення, що є підтвердженням дотримання принципу цілеспрямованості в управлінні. Фактично збут розглядається у широкому та вузькому розумінні. У широкому розумінні – це власне збутова діяльність підприємства з усіма її операціями і процесами, перелік яких так жваво пропонується науковцями. У вузькому розумінні - це кінцева реалізація виготовленої продукції з метою її перетворення у гроші, отримання прибутку та задоволення потреб споживачів [1; 3].

З погляду належності збутової діяльності до системи підприємства розглядається і як складна, відкрита економічна система, що всебічно охоплює взаємопов'язані процеси та ресурси, які мають місце у зв'язку з наявністю готового продукту та потребою його збуту на підприємстві.

Багато керівників та менеджерів сучасних підприємств в усіх галузях економіки у своїх пошуках, ще донедавна нетрадиційних для України, але

звичних для зарубіжних підприємств – логістичних методів управління збутом. Дослідження збутової діяльності показує, що логістичне моделювання збуту забезпечує необхідне підвищення ефективності збутової діяльності при дотриманні певних принципів, що називають принципами логістичного моделювання збуту. Так, виділяють такі принципи: системність, цілісність, ієрархічність, функціональність, цілеспрямованість, структурність, надійність.

Отже, збутова діяльність підприємства спрямована на підвищення ефективності підприємтсва, тому у сфері збуту остаточно виявляються всі маркетингові концепції з підвищення прибутковості. Пристосовуючи збутову мережу під споживача, підприємство має більше шансів вистояти в конкурентній боротьбі. Саме в даній сфері підприємець знаходиться ближче до покупця. Збут товару є ланцюжком, що пов'язує підприємство-виробника із споживачем через проміжні ланки: торгових посередників, ініціаторів покупки. Організація збутової мережі залежить від каналів реалізації, від об'ємів діяльності торгових посередників, типу товару.

Список використаної літератури

1. Белінський П. І. Менеджмент виробництва та операцій / Белінський П. І. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 624 с. – С.429
2. Козак М. І. Еволюція збутової служби: актуальні проблеми і кадрове забезпечення / М. І. Козак // Актуальні питання економіки. – 2006. – № 4 (58). – С. 83–90.
3. Осовська Г.В. Основи менеджменту : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Галина Володимирівна Осовська. – К. : Кондор, 2003. – 556 с. – С. 498-500

Беличенко Анжелика Александровна
студентка
Научный руководитель:
Янченко Наталия Викторовна
к. е. н., доцент
Харьковский национальний университет строительства и архитектуры

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

В данной работе рассмотрены плюсы и минусы предпринимательской деятельности, их суть и значение в рыночной экономике, а также, как формируется устойчивый класс предпринимателей.

Эта проблема актуальна, поскольку в условиях рыночного преобразования экономики Украины улучшение предпринимательства является основой экономического и социального развития, решения социальных проблем, преодоления бедности и обеспечения высокого уровня жизни граждан. Развитие и улучшение законодательной базы, постепенное вхождение на мировой рынок, упрочнение государственной экономики – это всё имеет влияние на деятельность как украинских, а также иностранных предприятий, которые работают в Украине.

Мы выделяем основные тенденции развития предпринимательской деятельности в Украине, такие как:

- Территориальное распространение предпринимательства, рост количества юридических лиц и индивидуальных предпринимателей;
- Сокращение капитала зарубежных и отечественных предпринимателей;
- Быстрое развитие коммерческого предпринимательства при незначительном развитии производственного предпринимательства;
- Расширение сферы услуг (юридические, страховые, гостиничные, туристические и др.).

Для обеспечения развития свободного предпринимательства в Украине законодательно определены права, обязанности и ответственность субъектов предпринимательской деятельности, ориентированную на эффективное хозяйствование. Предпринимательство несовместимо с хозяйственной некомпетентностью, потерями, безответственностью, невыполнением принятых обязательств и договоров с контрагентами.

В наше время перед отечественным предпринимательством существует ряд задач, например, расширение структуры предложений на внутреннем рынке товаров и услуг, создание эффективной конкурентной среды, стимулирование развития инноваций, появление предпринимательской инициативы населения,

создание различных рабочих мест и увеличение гибкости занятости, усовершенствование региональных экономик. При этом неотделимыми составляющими современного предпринимательства является малый и средний бизнес.

Если сравнивать с развитыми странами, то уровень предпринимательской деятельности является недостаточным и требует существенного улучшения. Потенциал предпринимательства не может реализоваться в полной мере в Украине через неблагоприятное экономическое и правовое среду ведения предпринимательской деятельности. Об этом свидетельствуют результат влиятельных международных исследований "Рейтинг глобальной конкурентоспособности 2016-2017гг." Всемирного экономического форума. По этому рейтингу Украина занимает 85 место с индексом конкурентоспособности 4.0, а на первом месте Швейцария с индексом 5.8, на втором месте – Сингапур, а на третьем – США с индексами 5.7» [3]. Индекс глобальной конкурентоспособности (GCI) составлен из 12 слагаемых конкурентоспособности, которые детально характеризуют конкурентоспособность стран мира, находящихся на разных уровнях экономического развития. Этими слагаемыми являются: «Качество институтов», «Инфраструктура», «Макроэкономическая стабильность», «Здоровье и начальное образование», «Высшее образование и профессиональная подготовка», «Эффективность рынка товаров и услуг», «Эффективность рынка труда», «Развитость финансового рынка», «Технологический уровень», «Размер внутреннего рынка», «Конкурентоспособность компаний» и «Инновационный потенциал.

Можно сказать, что государство воздействует на регулирование предпринимательства слишком стеснённо, что требует сокращения мер, направленных на достижение европейских стандартов. Но с другой стороны – деятельность основной части субъектов хозяйствования имеет характер небольшой социальной ответственности. Можно привести такие факты как избегание налогообложения, проведение теневых операций или вывод капитала за пределы страны. Уровень квалификации предпринимателей в Украине является незначительным, что кардинально усложняет перспективы его инновационного и технологического развития. Недостаточность специальных знаний в сфере бизнеса или недейственный менеджмент снижают конкурентоспособность бизнеса, ухудшают качество его персонала. Одним из основных замедляющих факторов развития предпринимательства является недостаток у предпринимателей средств для развития собственного дела и высокие процентные ставки за пользование банковскими кредитами. К основным проблемам, которые сегодня препятствуют укреплению экономической безопасности и структурным реформам в секторе предпринимательства, относятся: наличие прямых и опосредованных преступных, криминальных посягательств, так называемого «рейдерства», а также дискриминационных действий в отношении предпринимателей и т.д.

Рассмотрев проблемы и перспективы предпринимательской деятельности, можно увидеть что, в Украине на сегодняшний день есть много проблем, которые препядствывают росту и развитию предпринимательства, решение которых обеспечит повышение эффективности предпринимательской деятельности, обеспечит расширение предпринимательского сектора, уменьшение теневого сектора.

Список использованной литературы

1. Горфинкель В.Я. Малое предпринимательство: организация, управление, экономика: учебное пособие / В.Я. Горфинкель, С.В. Земляк, О.М. Маркова и др. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010.
2. Лапуста М.Г. Предпринимательство / М.Г. Лапуста и др. – М.: ИНФРА-М, 2000.
3. Всемирный экономический форум: Рейтинг глобальной конкурентоспособности 2016–2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gtmarket.ru/news/2016/09/28/7304
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://studbooks.net//.
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://uchebnikionline.com/politekonomia/politichna_ekonomiya.

Бичова Ірина Володимирівна
студентка кафедри менеджменту та економічної безпеки,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Зачосова Наталія Володимирівна
к.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,

ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

Сучасний етап української банківської системи характеризується як нестійкий і нестабільний. Економічні і політичні обставини, наслідки фінансової кризи призвели до втрати довіри до банків як із боку громадян, так і з боку професійних учасників фінансового ринку, регулюючих органів, агентів-підприємців, аналітиків і науковців. Усі верстви суспільства зацікавлені в стабільній, надійній і ефективній роботі банківських установ, що актуалізує

наукові дослідження, присвячені вирішенню проблеми забезпечення економічної безпеки вітчизняної банківської системи.

Економічна безпека банківських установ визначає фінансову безпеку країни, оскільки банківська система є найважливішою складовою фінансово-кредитної сфери держави. Так, стан банківського сектора зумовлює рівень фінансово-кредитної безпеки, а, отже, й рівень фінансової безпеки макрорівня [1, с. 549].

Економічна безпека банківських установ розглядається у двох аспектах:

– щодо фінансових наслідків діяльності банків для країни в цілому та окремих клієнтів і конкурентів;

– щодо недопущення та запобігання явним і потенційним загрозам фінансовому стану всієї банківської системи країни, Національного банку України й окремих банківських установ [1, с. 549].

Питання економічної безпеки банків, їх фінансова стійкість та їх зв'язок зі станом економічної системи досліджується як вітчизняними вченими, так і закордонними класиками. Їхні підходи до вивчення багатогранної проблематики забезпечення економічної безпеки банків, досягнення ними фінансової стійкості за рахунок сучасного інструментарію управління фінансовими потоками, зокрема, власним капіталом і депозитами, кредитно-інвестиційними портфелями, досягнення оптимальних значень економічних нормативів за рахунок управління рівнем ліквідності та ризикованості активів заслуговує на високу оцінку якості проведених наукових досліджень.

Існують різні ступені загроз економічній безпеці банків і різні заходи щодо покращення їх стану. Зосередимо увагу на рівні діагностики, основна мета якої – передбачення можливих загроз. Загроза – це можливість того, що відбудеться явище, наслідки якого призведуть до погіршення стану економічної безпеки суб'єкта господарювання. Загрози економічній безпеці банку – це будь-які явища чи дії, настання яких може завдати банку шкоду фінансового (збитки, недоотримання доходів, втрата капіталу, пошкодження майна, тощо) й нефінансового (втрата довіри, зниження кредитного рейтингу, втрата клієнтів, контрагентів і ключових співробітників, тощо) характеру, сукупна дія яких може призвести до банкрутства банку.

Існують як внутрішні, так і зовнішні загрози економічній безпеці банків в Україні. Проблема забезпечення економічної безпеки банківської системи більше пов'язана із зовнішніми загрозами банкам, ніж із внутрішніми небезпеками їх діяльності.

Зовнішні загрози переважно є наслідками неправильної фінансово-економічної державної політики, зловживань в управлінні фінансовою системою, помилок і прорахунків владних інституцій.

До зовнішніх загроз економічній безпеці банківської системи можна віднести: ризик фінансових криз, коливання валютних курсів, біржових індексів, спекулятивні збільшення масштабів відмивання грошей, тощо.

Для фінансової безпеки України, що чинить прямий вплив на стан економічної безпеки банківської системи, на сучасному етапі її розвитку характерними є такі загрозливі тенденції:

– зростання зовнішнього боргу та небезпека загострення фінансової кризи;

– зростання дефіциту зведеного бюджету та неефективна бюджетна політика щодо формування доходів і витрат бюджету;

– нестабільність законодавства та військовий конфлікт на сході України;

– недостатня інвестиційна активність і нестабільність курсу національної грошової одиниці;

– низький рівень соціальної орієнтованості економіки та падіння рівня купівельної спроможності населення.

Кожна з названих тенденцій має різновекторний характер впливу на фінансову безпеку і її нейтралізація може здійснюватися різними методами, які дають різний ефект [2, с. 133].

Отже, для підвищення рівня економічної безпеки банківських установ, слід:

– розробити модель економічної безпеки банківських установ як сукупності офіційно прийнятих поглядів, інститутів (установ, організацій, відносин і відповідних дій) шляхом ухвалення на державному рівні концепції, стратегії економічної безпеки банківського сектору національної економіки та конкретної програми її забезпечення з метою створення методологічного та організаційно-правового підґрунтя для діяльності суб'єктів, які відповідають за розробку і реалізацію фінансової, грошово-кредитної і банківської політики;

– створити інформаційно-аналітичну базу моніторингу показників економічної безпеки банківських установ як основи для проведення комплексного аналізу, прогнозування, моделювання ситуацій і процесів, підготовки відповідних матеріалів, рекомендацій для державних органів, саморегульованих організацій і окремих банківських установ;

– провести реструктуризацію наявного банківського сектору національної економіки завдяки реалізації активної політики підвищення капіталізації існуючих банківських установ, злиття і поглинання з метою підвищення платоспроможності, фінансової стійкості і стабільності функціонування, конкурентоспроможності всіх комерційних банків і банківського сектору загалом;

– активізувати власні джерела розвитку комерційних банків шляхом запровадження урядом і Національним банком України відповідних стимулів (стимулювання попиту активізації створення класичних фінансово-промислових груп; субсидіювання кредитування певних галузей вітчизняного господарського комплексу; підтримка програм кредитування малого бізнесу чи іпотеки, допомоги позичальникам, які потрапили у скрутні життєві ситуації;

впровадження індивідуальних чи групових економічних нормативів і лібералізації резервування);

– розробити і використовувати диференційовані, тобто стратегічні (розраховані на достроковий період фінансової стабільності), тактичні (розраховані на середньостроковий період фінансової стійкості), і поточні (короткострокові – такі, дотримання яких свідчать про вирішення нагальних проблем у банківській сфері) індикаторів економічної безпеки банківських установ;

– оцінити рівень достатності забезпечення економічної безпеки банківських установ вище передбаченими заходами та ресурсами [1, с. 550-551].

Отже, для покращення стану економічної безпеки українських банків слід враховувати сучасні тенденції зміни фінансового середовища, а також запроваджувати європейські традиції і культуру роботи з ризиками, що передбачають використання аналітичних талантів окремих фахівців і технічні можливості сучасних технологій. Основним результатом вітчизняних банків щодо побудови ефективної системи економічної безпеки повинно стати формування репутації добропорядного банку, що забезпечить стабілізацію довіри населення та юридичних осіб до банківської системи в цілому.

Список використаної літератури

1. Самура Ю. О. Формування системи безпеки в банківських установах / Ю. О. Самура, Н. С. Кульчицька. // Журнал. – 2017. – №15. – С. 548–553.

2. Грищук Н. В. Сучасний стан фінансової безпеки України та напрями її зміцнення в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / Н. В. Грищук. – Режим доступу: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua.

Біла Анастасія Олександрівна
магістр
Скляр Надія Михайлівна
к.е.н., старший викладач кафедри
підприємництва і торгівлі
ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського

ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ПРЯНОЩІВ ПРИ ЇХ МИТНОМУ ОФОРМЛЕННІ

Сучасний етап економіки характеризується для України постійним зростанням обсягів та розширенням масштабів міжнародної торгівлі, ускладненням та посиленням динамізму торговельних процесів, посиленням вимог міжнародних організацій щодо забезпечення вільного доступу іноземних товарів на внутрішній ринок та зниженням національних торговельних бар`єрів.

Не виключенням є імпортні поставки прянощів на ринок України.

Прянощі – це висушені частини рослин, які містять смакові та ароматичні речовини й використовуються в якості приправ до їжі. Прянощі сприяють більш тривалому зберіганню продуктів харчування. До складу прянощів входять ефірні олії, глікозиди, дубильні речовини.

Прянощі є продуктами рослинного походження, які володіють сильним пряним ароматом і часто різким, пекучим смаком. Вони покращують смакові переваги їжі і сприяють її засвоєнню, так як є каталізаторами багатьох ферментативних процесів і активізують обмін речовин в цілому. Прянощі проявляють бактерицидні та антиокислювальні властивості. Цим пояснюється їх консервуюча дія при додаванні до харчових продуктів. Відомо більше 150 різних видів прянощів, але у використанні перебувають не багато з них.

На сьогодні, в Україні існує досить багато виробників прянощів та їх сумішей. Сировину виробники завозять з-за кордону. Основними країнами імпорту природних прянощів є Індія, Китай, Греція, Грузія, Азербайджан тощо. Вітчизняним виробникам треба не тільки розфасувати прянощі у сучасну упаковку, але й зберегти їх властивості.

Прянощі – незамінні в приготуванні продуктів харчування, тобто є товаром повсякдення вжитку. Тож існують великі перспективи для розширення асортименту та ємності ринку прянощів. Наскільки повно буде використано потенціал, залежить від спрощення митних формальностей, особливості яких повязані з вірною класифікацією імпортованого товару та визначення коду УКТ ЗЕД.

Ввезення спецій на митну територію України, залежно від сорту і країни-виробника, обкладається митом від 0% до 5% від закупівельної або заявленої

ціниі ПДВ у розмірі 20% від суми «ціна+мито». Кожна партія товару повинна пройти обов`язкову сертифікацію.

Згідно з УКТ ЗЕД прянощі відносять до розділу II «Продукти рослинного походження», до групи 09 «Кава, чай, мате (парагвайський чай) та прянощі».

Прянощі класифікуються в УКТЗЕД відповідно до Правила 1 інтерпретації класифікації товарів, де назви розділів, груп та підгруп наводяться лише для зручності користування.

Згідно УКТЗЕД «прянощі» відносять до розділу II «Продукти рослинного походження», до групи 09 «Кава, чай, мате (парагвайський чай) та прянощі».

Згідно з Приміткою 1 Пояснення до УКТЗЕД суміші продуктів товарних позицій 0904 0910 класифікуються таким чином:

- суміші двох або більше продуктів, що належать до однієї і тієї самої товарної позиції, класифікуються в цій самій товарній позиції;
- суміші двох або більше продуктів, що належать до різних товарних позицій, класифікуються в товарній позиції 0910.

Додання інших речовин до продуктів товарних позицій 0904 0910 не повинно впливати на їх класифікацію за умови, що одержані суміші зберігають основні характеристики продуктів цих товарних позицій. В іншому разі, ці суміші не класифікуються в даній групі. Продукти, що становлять суміші смакових добавок або суміші приправ, класифікуються в товарній позиції 2103.

У примітці визначено, що до групи 09 відносять «прянощі», тобто групу рослинних продуктів (включаючи насіння тощо), багатих ефірними оліями та ароматичними речовинами і які через їхній властивій смак вживаються переважно як смакові добавки. Ці продукти можуть бути цілими або подрібненими, або у вигляді порошку.

Визначається, що додавання інших речовин до продуктів товарних позицій 0904–0910 не впливає на класифікацію цих продуктів за умови, що одержані суміші зберігають основні властивості продуктів цих товарних позицій. Це стосується, зокрема, прянощів і сумішей прянощів, що містять як добавки:

- розріджувачі, що додаються для полегшення вимірювання спецій та їхнього розподілу в харчовому продукті
- харчові барвники (наприклад, ксантофіл);
- продукти, що додаються для посилення аромату прянощів (синергетики)
- речовини, такі як сіль чи хімічні антиокислювачі, що додаються в невеликих кількостях з метою зберігання цих продуктів і продовження їхнього аромату.

Прянощі (включаючи їхні суміші) з добавками речовин інших груп, які, у свою чергу, теж мають ароматичні властивості, включаються в цю групу за умови, що ці добавки не змінюють основні властивості суміші як прянощі.

До цієї групи не включаються:

— овочі (петрушка, кервель, майоран, коріандр, кріп тощо) групи 07;

— насіння гірчиці (товарна позиція 1207);
— гірчичний порошок (товарна позиція 2103);
— шишки хмелю (товарна позиція 1210);
— деякі плоди, насіння і частини рослин, які, хоча і можуть бути використані як прянощі, здебільшого застосовуються в парфумерії або в медицині (товарна позиція 1211) (розмарин, материнка звичайна, васильки, гісоп, усі види м'яти, рута тощо);
— смакові добавки та приправи змішані (товарна позиція 2103).

В Україну прянощі імпортуються з різних країн світу: екзотичних країн Південно-східної Азії і Латинської Америки, Грузії, Молдови, Азербайджану тощо. Крім того з деякими країнами укладено угоди про вільну торгівлю (країни СНД,Республіка, Республіка Македонія; Азербайджан; Грузія, Молдова, Узбекистан, Туркменістан, Киргизстан, Таджикистан, Чорногорія, Білорусь, Вірменія, Казахстан, Молдова), завдяки яким ставка ввізного мита, щодо прянощів становить 0%.

Виходячи з вищевикладеного, задля правильної класифікації прянощів під час митного оформлення та вірного встановлення ввізного мита необхідно чітко встановити природу та властивості продукту.

Проблемним аспектом у митних формальностях імпорту прянощів є фальсифікація прянощів, за рахунок заміни натурального продукту синтетичним або внесення «аморфних» добавок (наприклад, цегли). Не менш значущим аспектом є і країна походження товару, оскільки часто експортують прянощі не ті країни, де вони росли та проходили обробку.

Отже, від коду товару в більшості випадків залежать які міри регулювання при ввозі або вивозі товарів до нього будуть застосовані. Для класифікації товарів використовують наступні основні критерії: матеріал або речовина з якого виготовлений товар; функції, які виконує товар; міра його обробки. Існують певні правила інтерпретації класифікації товарів за УКТЗЕД. Згідно УКТЗЕД «прянощі» відносять до розділу II «Продукти рослинного походження», до групи 09 «Кава, чай, мате (парагвайський чай) та прянощі».

Список використаної літератури

1. Бровко О.Г., Булгакова О.В. та ін. Товарознавство. Продовольчі товари: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nashaucheba.ru/v8906/бровко_о.г.,_булгакова_о.в._та_ін._товарознавство._продовольчі_товари;
2. УКТ ЗЕД [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://qdpro.com.ua// QD Professional

Боднарук Христина Василівна
студентка 4 курсу ННІ економіки,
оподаткування та митної справи
УДФСУ
Науковий керівник
Козятинський Олег Михайлович
ст. викладач кафедри економіки
підприємства УДФСУ

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Сучасне підприємство – це складна відкрита виробничо-господарська і соціальна система, яка тісно взаємодіє із зовнішнім оточенням, що певним чином впливає на його життєздатність і розвиток. Основним завданням управління підприємством є встановлення оптимальних взаємозв'язків між ним і середовищем, у якому воно функціонує. [1, с.24] При цьому можливості та результати діяльності цієї системи визначаються маркетинговим потенціалом, що являє собою сукупний потенціал маркетингових ресурсів і зусиль підприємства, ефективне використання якого забезпечує адаптацію підприємства до зовнішнього середовища і перспективність його розвитку. [2, с.67].

Практичні та теоретичні питання щодо суті та складових елементів маркетингового потенціалу підприємства знайшли своє віддзеркалення у напрацюваннях таких вітчизняних та зарубіжних вчених: В. В. Аронова, Л. В. Балабанова, В. М. Божко, Ф. Котлера, І. А. Маринича, Р. В. Марушкова, Г. С. Мерзлікіна, Л. А. Мороза, Е. В. Попова, Є. Сандей, О. В. Хмелевського та багатьох інших.

Маркетинговий потенціал є невіддільна складова загального потенціалу підприємства, який відповідає за забезпечення безперервної і стійкої конкурентоспроможності товару підприємства на ринку. Від його рівня розвитку залежить ефективність використання виробничого, фінансового, інформаційного та інших потенціалів підприємства.

Під маркетинговим потенціалом підприємства розуміють сукупну здатність маркетингової системи забезпечувати його постійну конкурентоспроможність, економічну й соціальну кон'юнктуру його товару на ринку, завдяки проведенню ефективних маркетингових заходів у сфері дослідження попиту, товарної, цінової, комунікативної і збутової політики, а також організації стратегічного планування й контролю за якістю товару, поводженням конкурентів і споживачів на ринку. [3, с.132]

Формування маркетингового потенціалу відбувається під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів. Їх сукупність можна назвати маркетинговим середовищем, оскільки на сучасному етапі будь-яке підприємство, прагнучи

вистояти в конкурентній боротьбі й перебувати в числі прибуткових, є учасником ринкових відносин [1, с.67].

До зовнішніх факторів, що виникають за підприємством і, як правило, перебувають поза сферою його впливу, відносять: недосконаліть законодавства у сфері регулювання діяльності підприємства, відсутність об'єктивної інформації про ринок, відсутність стійкої виробничо-господарської діяльності контрагентів, інтернаціоналізація підприємств [4, с.130]. Внутрішні фактори, що виникають усередині підприємства і пов'язані з помилками керівництва та персоналу, включають: нечіткість і заплутаність функціональних обов'язків служби маркетингу, відсутність дієвого механізму мотивації праці відділу маркетингу, низький рівень компетентності працівників відділу маркетингу, недостатність знань [4, с.131].

На думку таких вчених, як Мороз Л. А. та Лебідь Т. В. [5], фактори маркетингового потенціалу можна розглядати як одну сукупність чинників, що мають вплив на прибутковість підприємства.(рис. 1)

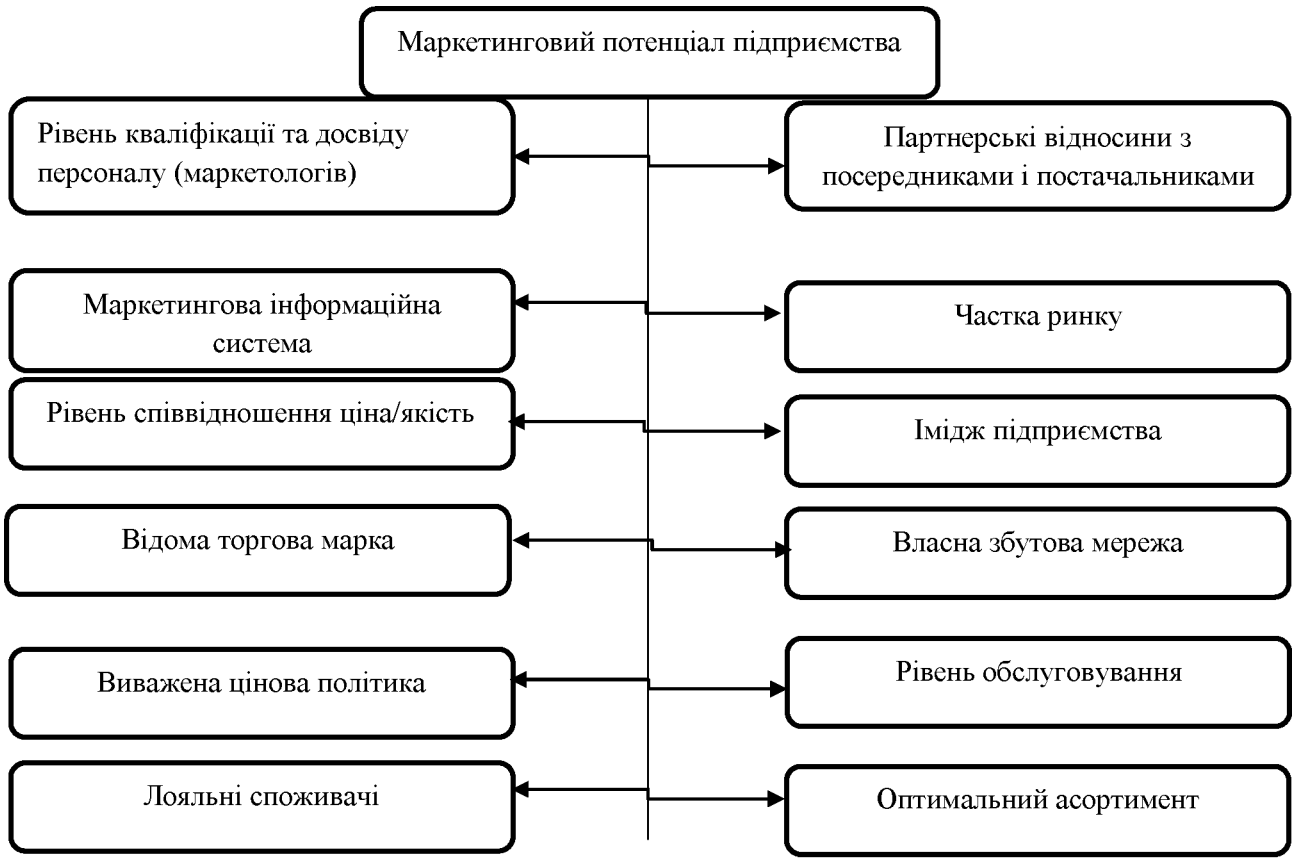


Рис. 1. Фактори, що формують структуру маркетингового потенціалу [5, с.78].

Маркетингові фактори повинні бути погоджені, доповняти один одного і бути направленими на здобуття однієї мети – зростання маркетингового потенціалу, що дасть можливість збільшити ефективність використання ресурсів підприємства для досягнення корпоративних цілей та посилення ринкової позиції шляхом збільшення потужностей його виробництва. Розвитку маркетингового потенціалу сприяє підвищення рівня кваліфікації персоналу, наприклад, його сертифікація, удосконалення інформаційної системи підприємства, власної збутової мережі і т.д.

Отже, маркетинговий потенціал являє собою сукупність внутрішніх і зовнішніх можливостей максимально задовольняти потреби споживачів у продукції (послугах), прямо і опосередковано сприяє розкриттю і розвитку загального потенціалу підприємства, при цьому збільшуючи темпи зростання обсягів продажу, прибутку і підвищення рентабельності виробництва за умови, що зростання собівартості виробництва продукції буде повільнішим, ніж зростання ціни на неї у зв'язку з підвищенням її якості або зниження собівартості одиниці продукції при незмінній якості. Однією з важливих передумов підвищення прибутковості підприємства є правильне формування і зростання його маркетингового потенціалу, що потребує ретельного вивчення і максимального використання усіх існуючих для цього можливостей.

Список використаної літератури

1.Божко В. М. Маркетинговий потенціал: сутність, складові та взаємозв'язок з економічним потенціалом / В. М. Божко // Економіка та управління персоналом, економічний форум. – 2012. – 43 с.

2.Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства : навч. посібник / Л. В. Балабанова. – К. : Професіонал, 2006. – 288 с.

3.Котлер Ф. Основы маркетинга ; [пер. с англ. В. Боброва] / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 2001. – 752 с.

4.Аронова В. В. Чинники розвитку маркетингової діяльності на підприємстві / В. В. Аронова // Маркетинг: теорія і пратика: збірник наукових праць, 2008. – №14. – С. 32–35.

5.Мороз, Л. А. Стратегічний аналіз маркетингового потенціалу підприємства / Л. А. Мороз, Т. В Лебідь. – Л. : Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – С. 45– 50.

Бойко Ольга
студентка
Науковий керівник:
Баценко Людмила Миколаївна
к.е.н, доцент, доцент кафедри
менеджменту в галузях АПК
Сумський національний аграрний університет

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ФУНКЦІЙ МАРКЕТИНГУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Ефективна реалізація функцій маркетингу поєднує всі елементи маркетингового комплексу в погоджену програму, розроблену для досягнення маркетингових цілей підприємства. Маркетинговий комплекс містить у собі набір тактичних прийомів для забезпечення прийнятого керівництвом рішення про позиціювання товару на цільовому ринку [2].

Порівняльна характеристика комплексів «4Р» і «4С»

На нашу думку, варто враховувати те, що концепція «4Р» являє собою точку зору продавця на маркетингові засоби впливу на покупця, а з погляду споживача, будь-який маркетинговий захід розробляється для забезпечення покупцю визначених переваг. Тому при розробці комплексу «4Р» варто паралельно розробляти, так званий, комплекс «4С» для збалансування зовнішнього і внутрішнього маркетингового середовища (табл. 1.).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика комплексів «4Р» і «4С»

4Р	4С
Товар (product)	Потреби покупця (Customer needs and wants)
Ціна (price)	Витрати покупця (Cost to the customer)
Методи розповсюдження	Зручність (Convenience)
Методи просування	Обмін інформацією (Communication)

Таким чином, процвітати будуть ті підприємства, що зможуть задовольнити потреби покупця ощадливо, зручно і при взаєморозумінні здійснити покупку.

Планування стратегій - це лише початок шляху до успішного маркетингу. Сама блискуча маркетингова стратегія нічого не варта, якщо компанії не вдасться реалізувати її належним чином. Реалізація маркетингу являє собою процес перетворення маркетингових стратегій і планів у маркетингові заходи, спрямовані на досягнення стратегічних маркетингових цілей, здійснення яких полягає в повсякденній і щомісячній роботі для ефективного перетворення в

життя маркетингового плану [1].

Підприємства повинні мати людей здатних проводити аналіз ринку, планувати маркетингові заходи, здійснювати їх та контролювати. Поки розміри підприємстві невеликі, усю роботу з маркетингу: дослідження, рекламу, продажі, обслуговування покупців та ін. - може виконувати одна людина. В міру росту його постає питання про організацію відділу маркетингу для планування і здійснення маркетингової діяльності.

Весь комплекс проведених заходів щодо планування, визначення стратегій ітд. має знайти відображення в плані маркетингу (табл. 2).

Таблиця 2

Структура плану маркетингових заходів

Розділ	Призначення
Огляд плану маркет. заходів (резюме)	Представляє основні тези пропонованого плану для швидкого перегляду
Поточний стан ринку	Надає основну інформацію про ринок, товар, конкурентів і поширення товару
Завдання і проблеми	Коротко формулює завдання компанії по даному товару, включаючи питання продажу, частки ринку, прибутку, а також проблем, з якими може зіштовхнутися компанія при виконанні цих завдань
Маркетингова стратегія	Представляє загальний маркетинговий підхід, що буде використовуватися для досягнення запланованих цілей
Програми дій	Визначають: що, ким, коли буде зроблено і скільки це буде коштувати
Бюджети	Передбачувані прибутки і витрати, що дозволяють дати попередню фінансову оцінку результатів виконання даного плану
Контроль	Вказує, яким чином буде контролюватися виконання плану

Організація маркетингової діяльності охоплює:

- побудову (удосконалення) організаційних структур управління маркетингом;
- організаційну культуру і створення умов для ефективної роботи працівників маркетингових служб;
- організацію ефективної взаємодії маркетингових та інших служб підприємства.

Організація маркетингу на підприємстві має базуватися на таких основних принципах:

- простота маркетингової структури;
- забезпечення ефективної системи зв'язків між підрозділами;
- невелике число ланок маркетингової структури;
- гнучкість і пристосованість до змін маркетингового середовища функціонування.

Організаційна структура управління маркетингом і рівень її функціонування, поряд з обраною корпоративною стратегією має першочергове значення для забезпечення досягнення мети підприємства. Організаційну

структуру маркетингової діяльності на підприємстві можна визначити як сукупність служб, відділів, підрозділів, до складу яких входять фахівці, котрі займаються тією або іншою маркетинговою діяльністю.

Важливу роль у визначенні й реалізації корпоративної політики підприємства відіграє організаційна культура.

Організаційна культура - це сукупність цінностей, переконань, традицій, звичаїв і стереотипів, прийнятих на підприємстві щодо здійснення спільної діяльності, які впливають на поведінку працівників.

Організаційна культура може бути сфокусована на високому рівні обслуговування, на зниження витрат із метою встановлення більш низьких цін, на високоякісному сервісі, на використанні символіки тощо.

Для забезпечення досягнення цілей виконання всі функції підприємства мають узгоджуватися. Однак, на практиці при їх здійсненні виникають внутрішні конфлікти. Це відбувається або через розходження у поглядах на те, що краще відповідає інтересам підприємства, або через відмінність інтересів, через стереотипи й упередження, що існують в структурних підрозділах.

Тому, на підприємстві в умовах маркетингової орієнтації кожна функція має працювати на задоволення клієнта, тому всім підрозділам необхідно працювати спільно, щоб задовольнити потреби й очікування клієнта.

Список використаної літератури

1. Дорош О.І. Маркетингова стратегія у системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства / О.І. Дорош // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика». – 2011. - № 684. – С. 150-155.

2. Саламацька О.Ю. Дослідження сучасної концепції маркетингу / О.Ю. Саламацька // Європейський вектор економічного розвитку. - 2011. - № 2 (11). – С. 210-216.

Бондаренко Іван Володимирович,
студент
Університет ДФС України
Сторожук Олександр Володимирович
к.е.н., доцент, доцент кафедри митної справи
Університет ДФС України

ПЕРСПЕКТИВИ ТА СТАН ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

В результаті інтеграційних процесів нашої держави, а саме ратифікацією договору про асоціацію між Україною та ЄС також договорів про зони вільної торгівлі з Канадою та іншими. Стало гостро, питання конкурентоспроможності підприємств та їх продукції на світових ринках.

На допомогу приходить інноваційно-інвестиційна діяльність яка дозволяє модернізувати виробництво товарів суспільного споживання та випуск новинок на світовому ринку.

Проблематиці інноваційно-інвестиційної діяльності приділяють велику увагу зарубіжні та вітчизняні вчені. На сьогодні існує значна кількість праць, присвячених різним аспектам інноваційно-інвестиційної діяльності. Це - праці роботи таких вчених, як О. Амоша, І. Ансофф, С. Аптекар, Ю. Бажал, І. Бланк, С. Брудник, А. Гальчинський, А. Голубенко, В. Жуков, В. Ковальов, Б. Койлі, Л. Кузьмінок, Д. Норкотт, Т. Овчаренко, А. Пригожин, Т. Райс, П. Рогожин, З. Румянцева, О. Савчук, Б. Санто, Н. Соломатін, А. Сухоруков, П. Харів, В. Хобта, Й. Шумпетер та інших, у яких досліджуються види інвестицій і інновацій, фінансові інструменти, фінансові ринки, методика оцінювання інвестиційних проектів тощо [1, с. 38 - 39].

На сьогоднішній день джерела фінансування інноваційної діяльності досить різні починаючи від коштів державного бюджету закінчуючи інвестиціями.

Джерела фінансування інноваційної діяльності наведені в таблиці 1. [2].

Таблиця 1.

Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні у 2015-201 6р.р.

Роки	Загальна сума витрат	У тому числі за рахунок коштів в млн. грн.			
		власних	державного бюджету	іноземних інвесторів	інші джерела
2015	13813,7	13427,0	55,1	58,6	273,0
2016	23229,5	22036,0	179,0	23,4	991,1

З наведених даних можна побачити, що загальні суми витрат на інновації в порівнянні з 2015 роком в 2016 році затрати виросли майже вдвічі за рахунок власних коштів підприємств, натомість інвестиції скоротилися вдвічі. Це можливо пов'язане з намірами підприємців виходу на міжнародні ринки та у випадку скорочення інвестицій це пов'язано з нестабільною економічною ситуацією в країні та подіями на сході України.

Для залучення інвестицій державі необхідно урегулювати законодавство та привести всі нормативні документи (закони, стандарти та інше) до міжнародних стандартів, провести реформи для сприяння інвестиційного клімату в країні та провести ефективну боротьбу проти корупції.

Результатом фінансування інноваційної діяльності є впровадження інновацій на промислових підприємствах – наведено в таблиці 2. [2].

Таблиця 2.

Впровадження інновацій на промислових підприємствах в Україні у 2015-2016р.р.

Роки	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації. %	Впроваджено нових технологічних процесів, процесів	у т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	з них нові види технік и
2015	15,2	1217	458	3136	966
2016	16,6	3489	748	4139	1305

З наведених даних можна побачити, що питома вага підприємств, що впроваджували інновації зросла в 2016 році на 1,4% в порівнянні 3 2015 роком. Впроваджено багато нових технологічних процесів в 2016 році стало 3489 (з них 748 маловідходних та ресурсозберігаючих) в порівнянні з 2015 роком. Також впровадження виробництва інноваційних видів продукції збільшилось в порівнянні з 2015 роком.

Ці тенденції свідчать про зацікавленість підприємств підвищувати свою конкурентоспроможність та менше затрачувати енергоресурсів.

Отже, розвиток сприятливого середовища у сфері інноваційно-інвестиційної діяльності є необхідною складовою для підвищення рівня конкурентоспроможності та зменшення ризиків функціонування національної економіки. Наша країна поступово виходить з політичної та економічної криз та має невеликий в 2016 році підйом інвестицій переважно це кошти власників підприємств в яких впроваджується інноваційна діяльність та коштів державного бюджету. Також в 2016 році ми маємо збільшення питомої ваги підприємств, що впроваджували інновації на 1,4 % в порівнянні з 2015 роком. Це свідчить про не великі успіхи, але нам є куди прагнути.

Список використаної літератури

1. Голубенко А.А. Инвестиционная поддержка инновационной деятельности предприятия / А.А. Голубенко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2002. – №5 (51). – С.38–

45. 2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

3. Закон України „Про інноваційну діяльність” № 40-IV від 4.04.2002 р.

4. Офіційний портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rada.gov.ua

Бурак Дмитро Ігорович
студент
Науковий керівник:
Горіна Ганна Олександрівна
к.е.н., доцент
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган -Барановського

СТАН НАЗЕМНОЇ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЯК СТРИМУЮЧИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Туристичний бізнес є перспективним напрямом розвитку світової економіким. Так ЮНВТО зазначає, що за сумою витрат, туристична галузь займає 5 позицію, поступаючись лише витратам від експорту нафти, продукції хімічної, харчової та автомобільної галузей промисловості. Незважаючи на загальносвітову соціальну та фінансову нестабільність, спостерігається невпинний розвиток туристичної галузі. Туристична діяльність охоплює усі світові країни, а для багатьох регіонів з індустрія подорожей та відпочинку є пріоритетним напрямом економічної діяльності країни.

Розвиток туристичного бізнесу потребує, перш за все, наявність цікавих та привабливих дестинацій. Саме цей фактор дозволив Україні просуватися та бути гідно представленою на ринку туристичних послуг, адже наша держава цікава туристам завдяки наявній потужній базі рекреаційних ресурсів, унікальною культурно-історичною спадщиною, проведенням різноманітних подієвих заходів.

Однак, невід’ємною складовою в процесі функціонування туристичного бізнесу слугує транспортне обслуговування туристів. Завдяки транспортному сполученню туристи мають нагоду як найшвидше досягнути місць відпочинку. Проте, в Україні, саме наземні види транспорту є пріоритетним у випадку перевезень туристів. Незважаючи на високу популярність серед мандрівників наземних видів транспорту (включають залізничний та автомобільний) серед,

стан цих перевезень залишається задовільним. Тому необхідне належна оцінка транспортної інфраструктури, виявлення проблем та пошук шляхів вирішення задля повноцінного функціонування туристичного бізнесу.

До транспортної інфраструктури відносять: автомобільний, залізничний, водний та авіаційний транспорт - саме ці види здатні перевезти туристів на далекі відставні. Так, за період січень-квітень 2017 року, основними видами транспорту перевезено 731,8 млн. пасажирів. Пріоритетність транспорту в Україні значно відрізняється від світових тенденцій. 92,3% від усіх перевезень припадає на автотранспорт та 7,3% становлять залізничні перевезення [1].

Однак стан транспортної інфраструктури є значно гіршим ніж в країнах, які є лідерами в розвитку туристичного бізнесу. За показником субіндексу «Інфраструктура», загального Індексу конкурентоспроможності країн у секторі подорожей і туризму, Україна займає 78 позицію з загальним балом 3.1, серед 136 країн, які потрапили до рейтингу. Показник «Наземна та портова інфраструктура» набрав 3 бали посідаючи 81 місце (табл. 1) [2]. Варто зазначити, що Субіндекс «Інфраструктура» фіксує доступність та якість інфраструктури економіки країни, охоплює складові: інфраструктура повітряного транспорту (6 індикаторів); наземна та портова інфраструктура (7 індикаторів); інфраструктура туризму (4 індикатора).

Таблиця 1.

Складові показники «Наземної та портової інфраструктури» в Україні *(складено автором за даними [2])*

Назва показника	Позиція	Бали
Наземна та портова інфраструктура	81	3
Якість доріг	132	2.4
Щільність доріг (% загальної площі території)	68	X
Щільність доріг з твердим покриттям (%загальної площі території)	52	X
Якість залізничної інфраструктури	34	4
Щільність залізничних шляхів (км на 100 кв. м. землі)	24	3.6
Якість портової інфраструктури	94	3.4
Ефективність (частота, пунктуальність, швидкість та ціна) наземного транспорту (автобуси, метро,залізниці)	53	3.9

Серед усіх індикаторів, найкращий бал мають залізничні перевезення, 34 місце за якістю інфраструктури та 24 місце за щільністю залізничних шляхів. Відносно високі показники залізничної

інфраструктури зумовлені розбудовою та модернізацією залізничних вокзалів та значною протяжність залізничних магістралей.

Україна була включена до загально рейтингу у 2007 році, тому є можливість прослідкувати динаміку змін стану транспортної інфраструктури Україні за період 2006-2012рр. (табл. 2.) [2].

Таблиця 2.

Динаміка зміни індикатора «Наземна транспортна інфраструктура» у Україні за період 2006-2012 рр.

Рік	Позиція	Бал
Індикатор «Наземна транспортна інфраструктура» за методикою 2007-2013		
2006	67	3.4
2007	84	3.2
2008	73	3.3
2010	74	3.4
2012	73	3.5
Індикатор «Наземна та портова інфраструктура» за методикою 2015-2017 рр.		
2016	81	3

За весь період досліджень індикатора «Наземна транспортна інфраструктура» найкращий показник України був зафіксований у 2006 році та складав 67 позицію, найгірший у 2007- 84 місце. В період 2008-2012 рр. зберігалась певна стабільність, стан наземної інфраструктури був зафіксований на рівні 73-74 місця.

Нехтуючи відмінність у підходах до складання індексів у 2007 та 2017 роках, варто зробити висновок що стан наземної інфраструктури погіршився на 14 позицій.

Зменшення позицій індикатору «Наземна транспортна інфраструктура» обумовлено наявністю стримуючих детермінантів, які перешкоджають розвитку наземним видам транспорту (табл. 3).

Таблиця 3.

Основні стримуючи детермінанти розвитку наземних перевезень туристів

Залізничний транспорт	Автомобільний транспорт
– застарілість рухомого складу; – проблема електрифікації колій; – низька швидкість перевезень; – різниця ширини колій порівняно з європейськими країнами.	– неналежний стан дорожнього покриття; – швидкість перетину кордону; – відсутність повноцінного нормативного регулювання перевезень; – технічний стан автомобільного транспорту; – небезпека перевезень.

Отже, розвитку туристичного бізнесу перебуває в прямій залежності від стану та якості наземної транспортної інфраструктури. Покращення стану перевезень туристів, зумовить збільшення туристичних прибуттів до країні, зростуть грошові надходження до бюджету країни та покращить рівень конкурентоспроможності в галузі подорожей.

Задля оптимізації системи наземної інфраструктури що зумовить покращенню клімату ведення туристичного бізнесу в Україні, необхідно: здійснити оновлення залізничного рухомого складу; підвищити маршрутну швидкість поїздів; забезпечити міжнародні перевезення туристів залізничним транспортом; покращити стану дорожнього покриття модернізувати пункти пропуску на кордоні.

Список використаної літератури

1.Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/

2. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/ WEF_TTCR_ 2017_web_0401.pdf

Вакулич Мар'яна Василівна
студентка 4 курсу ННІ економіки, оподаткування та митної справи
Сторожук Олександр Володимирович
к.е.н., доцент *Університет ДФС України*

ІНСТРУМЕНТИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ЗАХИСТУ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ УКРАЇНИ

Однією зі складових економічної безпеки держави є забезпечення інтересів національних виробників, тому важливого значення набувають інструменти торговельного захисту внутрішнього ринку, а саме застосування особливих видів мита (антидемпінгове, компенсаційне та спеціальне) з метою захисту від несприятливого впливу іноземної конкуренції.

Дослідженню проблем застосування інструментів торговельного захисту присвятили свої праці такі вчені: М. Гармаш, В. Коновалов, О. Оніщук, В. Опришко, О. Павленко, В. Пятницький, В. Шумілов та ін. Серед вітчизняних економістів слід відзначити праці О.П.Гребельника, О.Б.Дем'янюка, В.Є. Новицького, С.Г. Осики, І.Ю. Гужви та ін.

Особливі види мита (антидемпінгове, спеціальне та компенсаційне) застосовуються з метою захисту економічних інтересів України, українських виробників і у випадках, передбачених Законами України "Про захист

національного товаровиробника від демпінгового імпорту", "Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту", "Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну", якщо інше не передбачено міжнародними угодами (договорами). Спеціальне, антидемпінгове та компенсаційне мита застосовуються незалежно від інших видів мита на умовах, визначених законодавством [3,4,5].

Як правило, особливі види мита є тимчасовим заходом і використовуються країною або в односторонньому порядку з чисто захисною метою від спроб недобросовісної конкуренції з боку її торговельних партнерів, або як захід у відповідь на дискримінаційні дії, що порушують інтереси країни з боку інших держав.

Варто зазначити, що особливі види мита виконують не фіскальну, а протекційну функцію. Їх введення призводить до різкого скорочення імпорту конкретного товару, що походить із певної країни, і, відповідно, до зменшення доходів державного бюджету. Застосовую дані мита, держава захищає вітчизняного товаровиробника та зберігає населенню їх робочі місця. Втрати бюджетних доходів від недоотримання ввізного мита компенсуються податковими надходженнями, що сплачуватимуть вітчизняні підприємства, для захисту яких було введено особливі види мита

За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України (далі – МЕРТ), станом на 06.07.2016 р. щодо імпорту товарів в Україну проводяться 3 антидемпінгових розслідування, переглядається 1 антидемпінговий захід, застосовуються 14 антидемпінгових, 1 компенсаційний та 3 спеціальних заходи [2].

Дані МЕРТ свідчать, що переважна більшість розслідування щодо української продукції стосується продукції металургійної та хімічної галузей України. На жаль, у товарній номенклатурі вітчизняного експорту немає нічого унікального – це сировинний експорт. З іншого боку, металургійні та хімічні виробництва є в багатьох країнах. І логічним є те, що кожна країна захищає свої інтереси. Той факт, що чинних антидемпінгових заходів проти нашої держави в два рази більше, ніж обмежень щодо імпорту на український ринок (30 проти 15), повинен примусити Україну бути активною в питаннях захисту своїх національних інтересів. Тим більше що демпінг, проти якого країни завжди борються, в сучасних умовах світової кризи стає популярним і дієвим заходом виходу галузі з кризового стану [2].

На основі вище викладеного можна визначити такі напрямки підвищення ефективності застосування особливих видів мита, які в Україні як інструмент регулювання ЗЕД використовуються неповною мірою, – це законодавче закріплення права розпочинати антидемпінгові та антисубсидиційні розслідування на підставі інформації Міністерства економіки України або ДФСУ, створення з цією метою відповідної статистично-інформаційної бази та здійснення даними органами виконавчої влади регулярного моніторингу-контролю співвідношень цін і обсягів виробництва вітчизняних та

імпортованих товарів; стосовно вивізного мита – це запровадження його лише в якості оперативного регулятора зовнішньої торгівлі з чіткою законодавчою регламентацією строків дії у кожному конкретному випадку та скасування пільг щодо даного виду мита.

Отже, застосовуючи такі інструменти торговельного захисту, як особливі мита (спеціальне, антидемпінгове і компенсаційне) це дасть змогу захистити систему захисту національного ринку від недобросовісної конкуренції як іноземних виробників, так і національних підприємств, які зацікавлені в нарощуванні монополістичних тенденцій, що суперечить загальноекономічним інтересам країни. Отже, механізм застосування особливих видів мита має стати підґрунтям тарифної системи захисту національного ринку від іноземної економічної інтервенції.

Список використаної літератури:

1. Гребельник О. П. Основи митної справи : навч. посібник / О. П. Гребельник. – К. : Центр навчальної літератури, 2014. – 600 с.
2. Захист внутрішнього ринку [Електронний ресурс] : інформація М-ва екон. розвитку і торгівлі України. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua
3. Закон України "Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту" від 22.12.1998 № 331-XIV [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/331-14.
4. Закон України "Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту" від 22.12.1998 № 330-XIV [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/330-14.
5. Закон України «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну» від 22.12.1998 р. № 332-XIV (з наступними змінами і доповненнями) [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1087.59.9&nobreak=1.

Валькевич Тетяна Василівна
магістр
Гераймович Віолета Леонтіївна
к.е.н., доцент, доцент кафедри
глобальної економіки
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Ринок органічної продукції як у світі, так і в Україні є надзвичайно перспективним. Він здатен задовольнити потреби населення в продуктах високої якості та сприяти соціально-економічному розвитку держави. Проте ринок органічної продукції в Україні розвивається повільними темпами, що зумовлено рядом негативних факторів, серед яких недосконале законодавство та обмежена роль державних органів влади у сфері регулювання ринку органічної продукції. Сучасна політика державного регулювання ринку органічної продукції є недосконалою, нестабільною та однобічною. Економічна нестабільність поряд з незавершеністю аграрних реформ стримують поширення органічного виробництва в Україні, яке визначено пріоритетним напрямком розвитку сільського господарства.

Дослідженню теоретико-практичних основ формування ринку органічної продукції було присвячено ряд праць вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких: Н. А. Берлач, Т. В. Боровик, Ю. П. Воскобійник, Т. Г. Дудар, О. Т. Дудар, Т. В. Корж, Н. Я. Кутаренко, О. Г. Михайленко, Т. Л. Мостенська, Х. Ніберг, Ф. Оффермann, О. С. Ралко, Н. Б. Стоволос, О. А. Томашевська, Н. М. Фещенко, С. Фостер, Т. О. Чайка та ін. Питання державного регулювання різноманітних сфер економіки, у т. ч. ринку органічної продукції, таких як: Р. М. Безус, Є. В. Гаваза, В. П. Ільчук, Д. С. Кропивко, В. Г. Маргасова, В. Ф. Савченко, О.В. Ходаківська, В. А. Чудовська та ін.

Відзначаючи цінність результатів досліджень названих вчених та сучасних наукових розробок для теорії і практики формування організаційно-економічних засад розвитку ринку органічної продукції, деякі питання залишаються недостатньо дослідженими та потребують подальшого опрацювання, зокрема у частині розробки системи державного регулювання ринку органічної продукції, що сприятиме забезпеченню продовольчої безпеки та сталого розвитку національної економіки.

Регулювання ринку органічної продукції є надзвичайно важливим інструментом для нарощування обсягів виробництва органічної продукції, доступної для широких верств населення; забезпечення попиту населення на даний вид продукції; гармонізації інтересів виробників і споживачів органічної продукції; підвищення ефективності виробництва та посилення

конкурентоспроможності органічної продукції на вітчизняному та світових ринках.

Спроба законодавчо врегулювати галузь для забезпечення сумлінності учасників ринку і безперешкодного експорту була зроблена в 2013 році , однак прийнятий закон не відповідає міжнародним стандартам і не є ефективним.

Як повідомляв УНІАН, органічне виробництво є одним з пріоритетних напрямів роботи Міністерства аграрної політики та продовольства України в 2017 році. За прогнозами міністерства, ринок внутрішнього споживання органічної продукції в Україні за підсумками поточного року може зрости до 25 млн євро з близько 20 млн євро в минулому році. Раніше міністерство повідомляло про плани розвивати виробництво органічної продукції, щоб до 2020 року довести її частку у валовому сільгоспвиробництві до 3%. На даний час в Україні для виробництва органічної продукції використовується 1% орних земель. Станом на 1 червня 2016 року в органічному секторі зареєстровано 239 підприємств, з яких 162 — сільгоспвиробники. Ринок споживання прив'язаний до великих міст — Київ, Одеса, Львів, Харків, Дніпро. Крім того, Київська область лідирує і за переробкою, і за споживанням.

Дослідження Федерації органічного руху України свідчать, що сучасний внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні почав розвиватись з початку 2000-х років, склавши: у 2006 році - 400 тис євро, у 2007 році - 500 тис євро, у 2008 - 600 тис євро, у 2009 — 1,2 млн євро, у 2010 - 2,4 млн євро, у 2011 р. цей показник зріс до 5,1 млн євро, у 2012 році – до 7,9 млн євро, у 2013 р. - до 12,2 млн євро, у 2014 р. - до 14,5 млн євро., у 2015 р. - до 17,5 млн євро, а у 2016 р. - до 21,2 млн євро [1].

У Верховній Раді зареєстровано законопроект номер 5448, який удосконалить вимоги до виробництва, обороту та маркування. Кардинально вдосконалюється сертифікація, підвищуються вимоги до органів сертифікації та інспекторів. Всі ці заходи дають змогу споживачеві бути впевненим, що він купує дійсно органічну продукцію, а учасникам ринку бути впевненими, що всі конкурують чесно. Головне завдання цього законопроекту - це гарантування споживачам впевненості у продуктах, які марковані як органічні. Внесення змін до органічного законодавства має позитивний вплив на захист учасників органічного ринку від недобросовісної конкуренції та забезпечить прозорі умови ведення діяльності в органічній сфері. Фахівці органічного сектору висловлюють сподівання, що з прийняттям Закону у державі спостерігатиметься активізація та пожвавлення розвитку органічного сектору, а також, що не менш важливо, унеможливиться існування такого явища, як «псевдо-органік».

Список використаної літератури

1. Органік в Україні [Електронний ресурс] / Федерація органічного руху України. – Режим доступу: http://organic. com.ua

2. Органічна продукція – виклик чи додатковий шанс для дрібних виробників? [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://agropolit.com/blog/17

3. Лупенко Ю.О., Месель-Веселяк В.Я. Методичні рекомендації з ціноутворення на органічну продукцію / [Лупенко Ю.О., Месель-Веселяк В.Я., Саблук П.Т. та ін.]; за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2013. – 100 с.

4. Органічне землеробство – шлях до продовольчої безпеки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.viche. info/journal/4161/

Відливана Софія Петрівна
студентка *УДФСУ*
Науковий керівник:
Сидорко Наталія Леонідовна
ст. викладач кафедри економіки підприємства

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток світового господарства та країн з перехідною економікою на сучасному етапі потребує значних іноземних інвестицій та їх найбільш раціонального використання. Вирішення цього завдання потребує ефективної державної політики у сфері іноземного інвестування у зв'язку із значним впливом держави на господарські та політичні процеси.

Дослідженням проблем інвестиційної діяльності та інвестиційної активності займались Т. Процик, А. Гальчинський, В. Федоренко, С. Гуткевич, О. Мельниченко та інші.

Розвиток підприємництва в Україні відбувається в складних внутрішніх та зовнішніх умовах, серед яких: порушення територіальної цілісності держави і як наслідок – втрата контролю над частиною промислового комплексу, значна частка експорту сировини, використання застарілого виробничого обладнання та технологій. Під впливом глобалізацій них процесів виникає необхідність у зміні основних принципів ведення підприємницької діяльності з метою забезпечення конкурентоспроможності продукції. Все це викликає ще більшу необхідність у мобілізації грошових коштів, зокрема іноземного інвестування, та їх ефективного використання для забезпечення і прискорення економічного розвитку підприємств.

Попит та інвестиційні ресурси завжди перевищує їх пропозицію, тому суб'єкти господарської діяльності, які прагнути отримати грошові кошти повинні конкурувати між собою. Це відбувається через формування і пропозицію механізму інвестиційного забезпечення, що виконує ряд функцій: проведення контролю за використанням ресурсів; оптимізація реалізації інвестиційної політики; пошук та залучення джерел інвестування; забезпечення ефективності та результату інвестування; виявлення інноваційного потенціалу підприємства.

Механізм інвестиційного забезпечення реалізується через такі основні форми: кредитування, самоінвестування, гранти, різновиди інвестування тощо.

Інвестиційна політика – це політика, спрямована на створення суб'єктам господарювання необхідних умов для залучення і концентрації коштів на потреби розширеного відтворення основних засобів виробництва, переважно у галузях, розвиток яких визначено як пріоритети структурно-галузевої політики, а також забезпечення ефективного і відповідального використання цих коштів та здійснення контролю за ним [2].

Інвестиційна політика підприємства формується під впливом державної інвестиційної політики, яка є складовою економічної політики. Інтенсивний розвиток економіки передбачає впровадження результатів науково-технічного прогресу, підвищення продуктивності праці та максимально ефективне використання наявних ресурсів, що потребує значних інвестицій. Рівень достатності інвестицій визначається дотриманням норми інвестування по відношенню до ВВП, що має становити 25%. [4]

Протягом даного періоду (2013-2016 рр.) інвестиційна активність характеризується такими показниками. У 2015 році обсяг капітальних інвестицій в порівнянні з 2013 рр. зріс на 9,3%. За видами активів найбільше інвестовано у матеріальні активи: 2013 р. – 95,8%, 2014 р. – 96,6%, 2015 р. – 93,2%, 2016 р. – 96,2% від загального обсягу. Основним джерелом інвестування залишаються власні кошти підприємств і організацій (2013 р. – 63,8%, 2014 р. – 71,5%, 2015 р. – 67,5%, 2016 р. – 72,2% від загального обсягу). Кредити банків та інших позик у 2013 р. – 13,9%, 2014 р. – 10%, 2015 р. – 7,6%, 2016 р. – 8%. Частка коштів іноземних інвесторів становить 2013 р. – 1,8%, 2014 р. – 2,6%, 2015 р. – 3,0%, 2016 р. – 3,7% від загального обсягу. Співвідношення капітальних інвестицій у матеріальні і нематеріальні активи складає у 2013 р. – 96%:4%, 2014 р. – 96,6%:3,3%, 2015 р. – 93%:7%, 2016 р. – 96,2%:3,7%.

Таблиця 1

Капітальні інвестиції в Україні за 2013-2016 рр., млн. грн.

Показники	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
Всього капітальних інвестицій	249873,4	219419,9	273116,4	239685,6
Капітальні інвестиції у матеріальні активи	239393,6	212035,1	254730,9	230759,4
Капітальні інвестиції у нематеріальні активи	10479,8	7384,8	18385,5	8926,2
Капітальні інвестиції за джерелами фінансування				
Кошти державного бюджету	6174,9	2738,7	6919,5	1742,4
Кошти місцевих бюджетів	6796,8	5918,2	14260,0	7580,2
Власні кошти підприємств та організацій	165786,7	154629,5	184351,3	172982,2
Кредити банків та інші позики	34734,7	21739,3	20740,1	19526,2
Кошти іноземних інвесторів	4271,3	5639,8	8185,4	8789,4
Кошти населення на будівництво житла	24072,3	22064,2	31985,4	24052,2
Інші джерела фінансування	8036,7	8036,7	8036,7	5013

Таблиця 2

Прямі іноземні інвестиції в економіку України за 2013-2016 рр.

Показники	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
Прямі іноземні інвестиції, всього, млн. дол. США	57056,4	45744,8	43371,4	105331,8
Прямі іноземні інвестиції, на одну особу, дол. США	1246,1	1327,8	1068,0	2099,2
Прямі іноземні інвестиції за видами економічної діяльності, %				
Промисловість	31	32,3	30,6	59,2
Фінансова та страхова діяльність	26,4	25,1	27,3	58,8
Оптова і роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	13	13,1	13	24,6
Операції з нерухомим майном	7,5	8,3	8	17,4
Інформація та телекомунікації	3,6	4,0	5,3	10
Професійна, наукова та технічна діяльність	5,9	6,2	5,0	10
Інші види економічної діяльності	12,6	11	10	20

Станом на 2013-2016 рр. рівень інвестування української економіки є меншим визначеного значення і складає у 2013 р. – 18,4%, 2014 р. – 14%, 2015 р. – 13,8 %, 2016 р. – 12,2 % до ВВП [1]. Це говорить про значний дефіцит інвестиційних ресурсів через відсутність зацікавленості інвесторів вкладати кошти в українську економіку.

Протягом досліджуваного періоду спостерігається зменшення іноземних інвестицій у економіку України. Розподіл отриманих коштів за видами діяльності залишається незмінним. Основна частина інвестицій спрямовується у промисловість, фінансову і страхову діяльність, оптову і роздрібну торгівлю. Основним країнами- інвесторами є Кіпр – 27,1% від загального обсягу, Нідерланди – 12,9%, Австрія – 5,5%, Велика Британія – 4,3%, інші країни – 29,9% [3].

У зв'язку із ситуацією, як виникла, влада на всіх рівнях повинна докласти зусиль і створити необхідні умови для забезпечення притоку іноземних інвестицій, що позитивно відзначиться на економіці України та розвитку суб'єктів господарювання. Також варто активно залучати в інвестиційний процес заощадження населення. Це дасть можливість збільшити кількість вітчизняних інвестицій та принесе економічну вигоду громадянам.

Список використаної літератури

1. Валовий внутрішній продукт України [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – К.: Держстат. України. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/nac_r.htm.

2. Господарський кодекс України. – 2016р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15

3. Науковий вісник Мукачівського державного університету [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2016/12/2-6-2-2016-19.pdf

4. Сухоруков А. І. Моделювання та прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів України: монографія / А. І. Сухоруков, Ю. М. Харазішвілі. – К. : НІСД, 2012. – 368 с.

Войтик Борис Михайлович
Студент
Університет державної фіскальної служби України
Науковий керівник:
Лазебник Лариса Леонідівна
д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах нестабільності зовнішнього середовища успішне функціонування та економічний розвиток підприємства багато в чому залежить від рівня забезпечення їх економічною безпекою. В зв'язку з цим є необхідним дослідження сучасних підходів до оцінювання ринкової вартості бізнесу, а також можливість їх ефективного використання при діагностиці економічної безпеки підприємства.

У сучасній економічній літературі достатньо детально проводиться оцінка найоптимальніших шляхів удосконалення бізнесу, що є відображеними у працях таких авторів, як: К. Мерсер, Т. У. Хармс, Дж. Р. Хітчнер, Дж. Рош, Ш. П. Пратт, , П. Л. Віленский, С. В. Валдайцев, С. В. Расказов, В. П. Попков, Е. В. Евстаф'єва, Ю. В. Козир, В. В. Царєв, А. Г. Грязнова та інші. На сьогодні існує необхідність більш детального розгляду питання оцінки економічної безпеки підприємства за допомогою використання ринкової вартості підприємства.

Визначення рівня фінансової безпеки підприємства не може зводитись до простого аналізу фінансового стану підприємств, адже виходячи із особливостей даної економічної категорії, оцінка її рівня потребує особливих підходів та методів [1, с.236].

Оцінювання вартості бізнесу стає інструментом, що дозволяє своєчасно приймати та коригувати управлінські дії при відхиленні від визначеного рівня економічної безпеки. Тому побудова системи економічної безпеки на основі

показника вартості підприємства представляється одним з найбільш актуальних напрямів сучасної економічної науки.

Оцінка рівня фінансової безпеки підприємства на основі визначення системи показників, що характеризують рівень фінансового стану підприємства свідчить, що їм притаманні певні недоліки, а саме: оцінка рівня фінансової безпеки підприємства на основі аналізу динаміки одного або декількох індикаторів є неефективною, оскільки не враховує системний характер складових [2].

Зокрема, можна виділити традиційні та нетрадиційні методи оцінки економічної безпеки підприємства (Рис. 1.) [3, с. 34] :

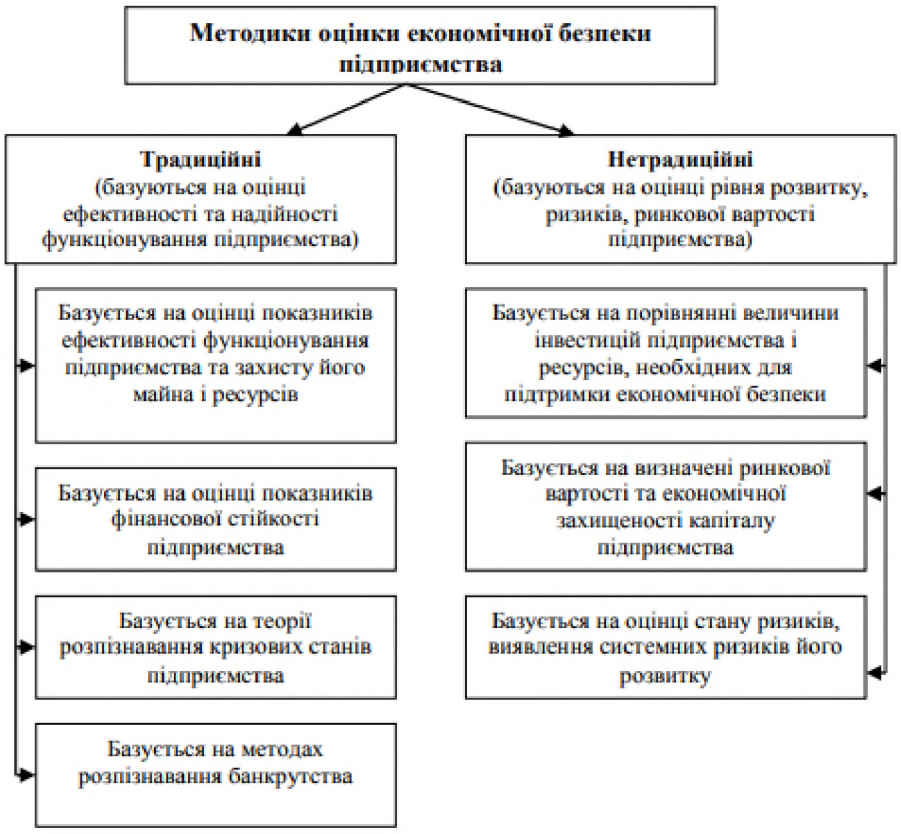


Рис 1. Методи оцінки економічної безпеки підприємства.

При оцінці рівня фінансової безпеки підприємства перевагу слід віддавати застосуванню інтегральних показників безпеки, які отримано на основі використання багатомірних статистичних методів. При цьому у значній частині методів не враховується взаємозв'язок фінансової безпеки із загрозами. На рисунку 2 відображено динаміку інтегральних індексів ЕкБ України та її складників у порівнянні з вектором порогових значень [4, с. 120].

Оцінка фінансової безпеки підприємства не може зводитись до простого аналізу фінансового стану підприємств, адже виходячи із особливостей даної економічної категорії, оцінка її рівня потребує особливих підходів та методів.

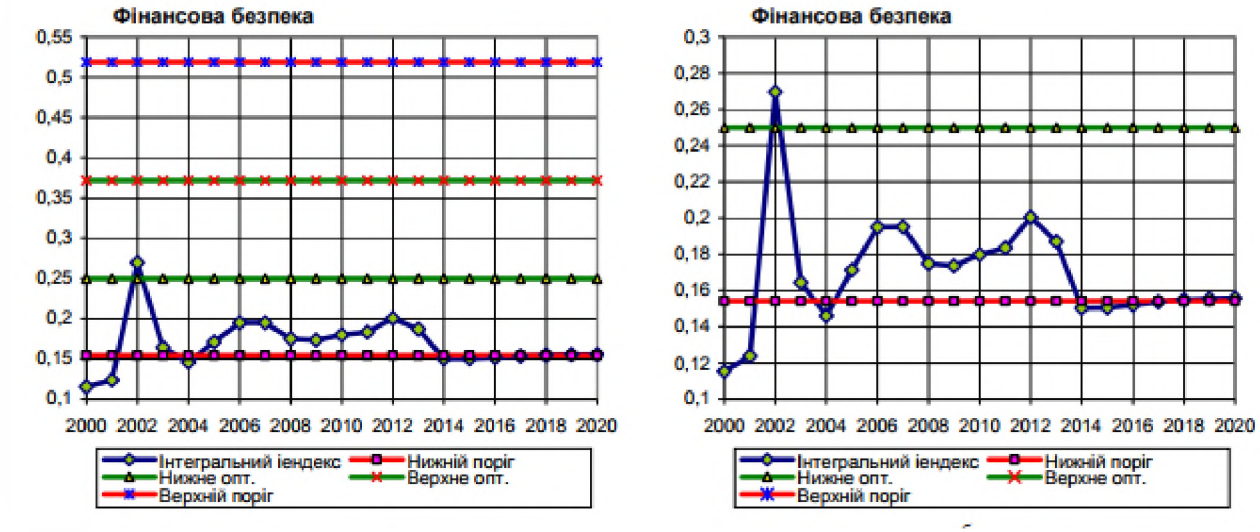


Рис. 2 Фактична та прогнозна динаміка інтегрального показника фінансової безпеки України.

В сучасному темпі розвитку економіки та бізнесу напрямки вдосконалення оцінки фінансової безпеки підприємств є індивідуальними – їх необхідно вести шляхом відбору необхідних для конкретного суб'єкта фінансових коефіцієнтів та побудови інтегрального зведеного показника, який може бути покладено в основу подальшого оцінювання рівня фінансової безпеки підприємства. Практичне застосування оцінки фінансової безпеки підприємств дозволить отримувати об'єктивну інформацію щодо фінансового стану підприємства та визначати конкретні напрямки підвищення рівня їх фінансової безпеки.

Список використаної літератури

1. Сиволап, Л. А. Аналіз методичних підходів до оцінки фінансової безпеки підприємства // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету "Економічна думка", 2014. –№ 2. – С. 234-238

2. Вергун А. М. Сучасні підходи до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства [Електронний ресурс] / А. М. Вергун, К. В. Стріжко // №6. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4142.

3. Рета, М. В. Методичні підходи до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства [Текст] / М. В. Рета, А. О. Іванова // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – № 21 (994). – С. 29-37.

4. Прогнозування індикаторів, порогових значень та рівня економічної безпеки України у середньостроковій перспективі; аналіт. доп./ Ю.М. Харазішвілі, Є.В. Дронь. – К.: НІСД, 2014. – 126 с.

Войцеховська Вікторія Василівна
студентка
Науковий керівник:
Митяй Світлана Анатоліївна
ст.викладач кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В сучасному конкурентному середовищі вкрай складно чимось відрізнятися від конкурентів, адже усі ресурси майже однаково доступні на ринку. У зв'язку з цим в економічно розвинених країнах розпочали дуже активний пошук резервів та нових конкурентних переваг.

Нині персонал підприємства виступає одним із ресурсів фірми, який потребує грамотного управління та вкладання коштів у його розвиток як основний ресурс. Важливість розвитку персоналу для організації можна пояснити тим, що прискорення науково-технічного прогресу призводить до швидких змін у вимогах до професійних знань, умінь та навичок працівників. При невідповідності кваліфікації персоналу потребам компанії виникає негативний вплив на результати діяльності останньої. Можна сказати, що основним показником соціально-економічного розвитку підприємства є кадровий потенціал.

Важливу роль в управлінні персоналом відіграє мотивація. Для ефективного управління персоналом необхідним є формування мотиваційного механізму. Розробка і запровадження ефективних мотиваційних моделей сприяє підвищенню конкурентоспроможності, продуктивності і, в кінцевому результаті прибутковості підприємства. Ще слід вказати, що це дозволить підприємству вийти на економічно новий рівень розвитку та реалізувати свої можливості на вищому рівні.

Важливі аспекти мотивації працівників досліджено у працях А.О. Азарова, В.Г. Никифоренко, О.В. Тужилкіна. Та слід вказати, що ефективна система мотивації лишається відкритим питанням для науковців та управлінців.

Насамперед використання ефективної мотиваційної моделі на підприємстві говорить про дбайливе ставлення керівництва до власних працівників, до їх матеріального і соціального становища. Імідж будь-якого підприємства визначається в першу чергу належним відношенням до всіх членів трудового колективу, а успіх підприємству гарантовано, якщо є зацікавленість його працівників у підвищенні продуктивності праці та в повній реалізації свого творчого потенціалу.

Системи мотивації персоналу необхідно розглядати за способом впливу і задоволення потреб. Виділяють матеріальну, трудову та статусну системи мотивації [4, с.434]. Матеріальна мотивація спрямована на задоволення потреб через оплату праці, трудова – через досягнення високих результатів праці, статусна - за допомогою одержання посадового або соціального статусу більш високого рівня.

Матеріальні мотиви, безумовно, відіграють важливу роль у визначенні трудової поведінки працівників, і як показують нам проведені дослідження, в силу економічних обставин, що склалися в Україні. Вони й сьогодні є основними. Проте не слід відкидати нематеріальні мотиви і стимули. На сучасному етапі їхня роль постійно зростає [1, с.53].

Мотиваційний механізм управління поведінкою персоналу повинен бути спрямований на формування такого комплексу мотивів, що забезпечував би реалізацію систему наступних цілей: внутрішніх особистих щодо кожного працюючого, загальних підприємства. Тому критерієм якості ухвалення рішення можливо вважати ступінь досягнення мети, яка враховувала б еконономічні й соціальні мотиви поведінки.

Соціальну мотивацію у вигляді стимулів доцільно реалізовувати за умови стабільного і рентабельного функціонування підприємства, що дозволить проводити політику стимулювання.

Матеріальну мотивацію доцільно реалізовувати поточним преміюванням. Найважливішою складовою створення преміальної системи є обгрунтування розмірів премій, з метою забезпечення відповідності розміру заохочення величині трудового внеску колективу.

Отже, за результатами дослідження можна вказати, що без добре підготовленого та мотивованого персоналу високої ефективності роботи досягнути неможливо. Вкладення в людські ресурси стають довгостроковим чинником конкурентоспроможності та стійкого функціонування підприємтсва.

Список використаної літератури

1. Азарова А.О. Дослідження множини чинників нематеріальної мотивації на підприємстві/А.О. Азарова, О.А.Ковальчук//Економічний простір – 2010 - №5. – С.53-58.

2. Никифоренко В.Г. Головні складові поведінки персоналу організації/ В.Г. Никифоренко// Економічна думка. – Тернопіль: ТНЕУ, 2008 – С.336-340.

3. Тужилкіна О.В. Підвищення вагомості нематеріальних чинників мотивації праці у формуванні людського капіталу сучасного підприємства в Україні / О.В. Тужилкіна // Актуальні проблеми економіки. – 2010. - №9. – С.37-41.

4. Дафт Р.Л. Менеджмент. - СП6:Питер,2002. - 832с.

Воляник Віталій Миколайович
студент
науковий керівник:
Слюсарева Людмила Валеріївна
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
*Університет державної фіскальної
служби України*

СУТНІСТЬ ТА РИСИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Економічний розвиток підприємства в ринковій економіці все більше залежить від темпів впровадження інновацій. Вміння аналізувати та використовувати інноваційний потенціал є важливим чинником забезпечення конкурентоспроможності та розвитку підприємств. Інновації мають як матеріальний прояв так і нематеріальний, проте не існує єдиного, узагальненого, трактування терміну інноваційного потенціалу. У зв'язку з цим набуває актуальності питання визначення сутності інноваційного потенціалу підприємств.

Дослідженням інноваційного потенціалу в своїх працях займались як вітчизняні – Гурочкіна В.В. Сидорчук І.П. Корнілова І. Шаповалова Л. Богма О.С., так і закордонні автори, а саме Радзівіло І.В. Стадник В.В., Йохна М.А..

Не дивлячись на те, що цій проблемі було присвячено чимало робіт, на сьогодні ще не сформульовано загального підходу для визначення змісту і структури інноваційного потенціалу підприємства.

Існує ряд трактувань щодо поняття інноваційний потенціал підприємства.

Так, перша група науковців (до яких належать Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М..) визначають дане поняття як сукупність ресурсів, які безпосередньо беруть участь в інноваційному процесі, перебувають у взаємозв'язку, і факторів, що створюють необхідні умови для ефективного використання цих ресурсів з метою досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності і підвищення конкуренто- спроможності підприємства в цілому.

Войнаренко М.П., Скалюк Р.В. розглядають інноваційний потенціал, як деяку критичну масу ресурсів господарюючого суб'єкта, необхідну та достатню для його оптимального розвитку на основі постійного пошуку і використання нових сфер і способів реалізації ринкових можливостей, які відкриваються перед ним, що пов'язано з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту.

Радзівіло І.В., розглядає дане поняття як складну динамічну систему з одночасним урахуванням та поєднанням впливу факторів і чинників

середовищ, внутрішніх та зовнішніх можливостей і здатностей, ефективності їх використання, принципів своєчасності та стратегічної направленості підприємства.

Інші, Федулова Л.І., як міру готовності організації виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міра готовності до реалізації проекту чи програми інноваційних стратегічних змін.

Таким чином, одні науковці пояснюють це поняття з позиції наявних ресурсів в процесі господарювання підприємств: Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. Войнаренко М.П., Скалюк Р.В., інші – як можливості використовувати ці ресурси Радзівіло І.В. Стадник В.В., Йохна М.А., в процесі здійсненні цілей інноваційної діяльності підприємств.

В загальному, під поняттям «інноваційний потенціал» найчастіше розглядають сукупність всіх ресурсів наявних у підприємства, що можуть використовуватись в інноваційних процесах. Такими ресурсами, які можуть забезпечити конкурентні переваги є:

– матеріальні – технічне забезпечення та оборотні активи, що забезпечують інноваційну діяльність;

– фінансові –кошти, які необхідні для забезпечення інноваційних процесів;

– кадрові – працівники, що є джерелом ідей та можуть ефективно їх реалізовувати;

– інформаційні – інформаційне забезпечення інноваційного процесу, комп'ютерне, теоретичне та наукове;

– організаційні – наявна організаційна структура самого підприємства та інноваційного процесу.

Матеріальні ресурси є речовою базою інноваційного потенціалу, формують його техніко-технологічну основу, впливають на розміри і швидкість з якою здійснюється інноваційна діяльність. Через труднощі одержання ресурсів може ускладнюватися формування інноваційного потенціалу. Враховуючи сучасні умови актуально вводити нововведення які зменшують матеріаломісткість виробництва та дозволяють ефективніше використовувати нові матеріали.

Кадрова складова передбачає можливість генерації ідей і задумів та доведення їх до технологічних, конструкційних, організаційних та управлінських рішень. Для цього на підприємстві повинні бути спеціалісти з високою професійною підготовкою та творчими здібностями, здатних використовувати свої знання та уміння для створення нових, практичних знань, реалізувати їх в інновації визначеного напрямку, що відповідають вимогам ринку .

Фінансова складова інноваційного потенціалу це фінансові ресурси, необхідні підприємствам для провадження інноваційної діяльності.

Організаційна складова інноваційного потенціалу це умови в яких зароджуються та реалізуються інновації.

Всі складові інноваційного потенціалу мають характерні цілі використання та розвитку, підлягають впливу різних факторів й залежно від ступеня розвитку можуть зараховуватись до сильних чи слабких сторін підприємства.

Таким чином, «інноваційний потенціал підприємства» є комплексним поняттям, яке включає в себе кількісний та якісний склад ресурсів, що необхідні для створення та реалізації інноваційних розробок.

Розглянувши різні підходи до трактування інноваційного потенціалу підприємства, можна зробити висновок про те, що інноваційний потенціал підприємства – це ефективне поєднання існуючих ресурсів, що визначають його здатність до інноваційної діяльності і прихованих можливостей їх використання підприємством потрібних для забезпечення його інноваційного розвитку в ринкових умовах.

Узагальнюючи підходи щодо визначення поняття інноваційного потенціалу, зазначимо, що його розглядають з наступних аспектів:

- накопичена певна кількість результатів інноваційної діяльності;
- система факторів і умов, що потрібні для здійснення інноваційного процесу;
- сукупність ресурсів для здійснення інноваційного процесу
- фахові навички та якості працівників, що дозволяють впроваджувати результати інноваційних процесів;
- потенційні можливості підприємств, що можуть принести економічний результат;
- комбінація сприятливих умов та інноваційних ресурсів, що дозволяють використати ці ресурси для досягнення мети інноваційної діяльності.

Отже, підприємствам, що працюють, в Україні варто приділяти більше уваги вивченню питань суті та складових власного інноваційного потенціалу. Також вдале управління інноваційним потенціалом в теперішніх умовах варто розглядати як передумову забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства, а тому власне і його існування.

Список використаної літератури:

1. Гурочкіна В.В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та система захисту./ В.В. Гурочкіна// Економіка: реалії часу. – 2015. – № 5. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://economics.opu.ua/files/archive/2015/No5/51.pdf

2. Сидорчук І.П. Сутність, структура та особливості оцінювання інноваційного потенціалу промислового підприємства./ І.П. Сидорчук.// Економіка та управління підприємствами. – 2014. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=

UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/econrig_2014_2_18.pdf.

3. Корнілова І. Шаповалова Л. Сутність інноваційного потенціалу підприємства та основні підходи до його оцінки./І. Корнілова Л. Шаповалова// ЕКОНОМІКА. – 2008. – № 99-100. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://papers.univ.kiev.ua/1/ekonomika/articles/kornilova-i-shapovalova-l-the-essence-of-organization-innovation-potential-an_16563.pdf.

4. Богма О.С. Сутність інноваційного потенціалу підприємства./ О.С. Богма// Економічні науки. – 2011. – № 1(9).// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2011/eco_2011_1/2011_1/012-15.pdf.

Гапій Олексій Андрійович
студент ІІ курсу групи МРД-21,
Науковий керівник:
Наторіна Альона Олександрівна,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Державного університету телекомунікацій

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КРАУД-МАРКЕТИНГУ

Інтеграція споживачів у мережеві співтовариства вимагає від підприємств розробку нових підходів та методів управління, що враховує інтеграційні процеси споживачів в мережі Інтернет, та враховує різноспрямованість комунікацій в мережі Інтернет. Таким сучасним методом управління маркетинговою діяльністю та комунікаціями в мережі Інтернет є крауд-маркетинг [1, с.79].

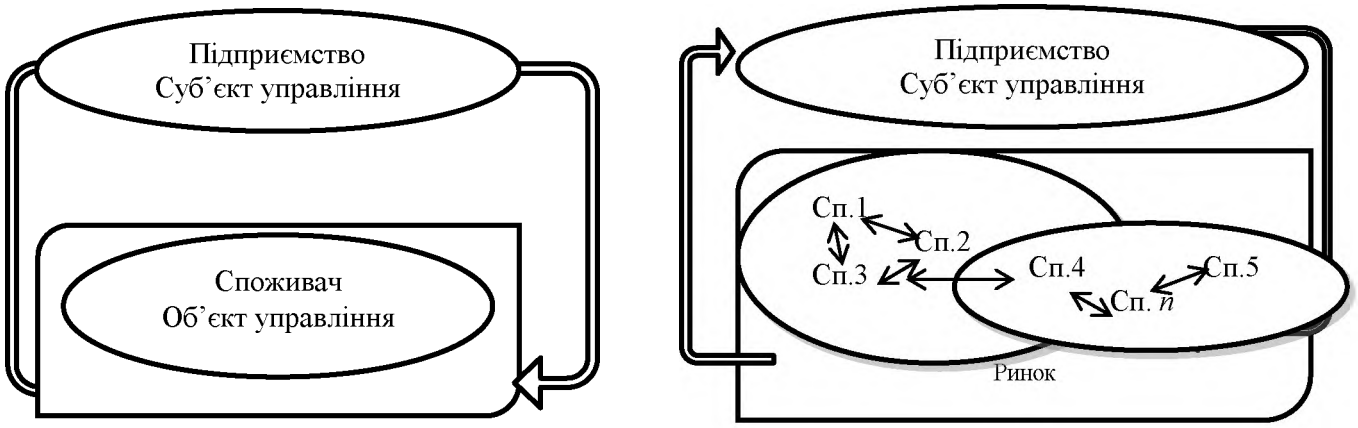
Вищезазначене зумовило значний інтерес до дослідження різних аспектів крауд-маркетингу таких вітчизняних і зарубіжних науковців серед яких: Ляшенко Г.П. [2], Моткалюк Р.В. [2], Наторіна А.О. [4], Полторак К.А. [1], Поляк А.В. [3], Соколенко В.А. [3]. Розкриття особливостей крауд-маркетингу залишається актуальною до сьогодні.

Тому метою роботи є розкриття особливостей крауд-маркетингу як сучасного методу стимулювання продажів та виявлення головних інструментів його застосування.

Крауд-маркетинг – це метод стимулювання продажів товару цільової Інтернет-аудиторії на основі рекомендацій [2, с.59].

Основною відмінністю крауд-маркетингу від традиційного є зміна об’єкта управління маркетинговою діяльністю. Якщо раніше управління було спрямоване на окрему особу споживача чи масу споживачів, що відокремлені

один від одного, проте в крауд-маркетингу змінюється об'єкт управління в співтовариства, учасники яких активно взаємодіють між собою та утворюють новий інформаційний простір (рис. 1).



(а) *(б)*

Традиційний маркетинг ***Крауд-маркетинг***

Рис. 1. Зміна у структурі об'єкта управління в традиційному та крауд-маркетингу [1, с.80]

Головне завдання крауд-маркетингу полягає в управлінні відгуками та рекомендаціями Інтернет-користувачів таким чином, щоб вони в кінцевому підсумку працювали на продажі компанії. Крім того, крауд-маркетинг істотно покращує репутацію компанії та підвищує позицію сайту в результатах пошуку Google. Таким чином, крауд-маркетинг є гібридом декількох видів інтернет-просування: репутаційного менеджменту, стимулювання продажів за допомогою спілкування з аудиторією, SEO оптимізації. Крауд став симбіозом трьох підходів, але не є жодним з них в чистому вигляді. На сьогодні основними інструментами крауд-маркетингу виступають [3, с.166]:

1. Google – пошук питань і відгуків про товар на сайтах і форумах.
2. Google Alerts і Talkwalker – сповіщення про нові відгуки і питання.
3. Disqus – відстеження коментарів про товару блогах.
4. Tagboard, LiveTweet, Tweetdeck – моніторинг соціальної мережі Twitter.
5. Facebook, Google Plus, Twitter – комунікації з потенційними клієнтами.
6. Google Analytics – аналіз поведінки споживачів на сайті.

Для локального бізнесу вузької тематики використовувати крауд-маркетинг достатньо складно – просто недостатня кількість майданчиків і приводів для розміщення відгуків. Є галузі, для яких крауд-маркетинг не тільки складний, а й часто неефективний. Наприклад, для підприємств важкої промисловості або продавців специфічного обладнання, яке цікавить вузьке коло фахівців.

Слід зазначити, що споживачі не тільки цікавляться продукцією, вони хочуть отримувати цікаву інформацію про бізнес, бренд, керівництво компанії. В процесі розвитку власного бренду компанії з успіхом користуються

соціальними мережами. Це свідчить про посилення впливу мережевої інформації на процес купівлі товарів [3, с.167].

Отже, у роботі визначено сутність крауд-маркетингу, досліджено та наведено перелік його головних інструментів. Встановлено, що крауд-маркетинг доцільно використовувати для споживчого ринку та обґрунтовано ключову роль крауд-маркетингу у соціальних мережах.

Список використаної літератури

1. Полторак К.А. Краудмаркетинг в мережі Інтернет: визначення, ознаки, механізм реалізації / К.А. Полторак // Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. Серія «Економічні науки». – 2015. – № 14. – С. 78-84.

2. Ляшенко Г.П. Інтернет-маркетинг та його інструменти / Г.П. Ляшенко, Р.В. Моткалюк // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право). – 2013. – № 3. – С.59-65.

3. Соколенко В.А. Сучасні тенденції розвитку маркетингу / В.А. Соколенко, А.В. Поляк // Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2012. – № 45 (951). – С.165-173.

4. Natorina A.O. Omni-channel retail / A.O. Natorina: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції [«Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації»], (Запоріжжя, 30-31 берез. 2017 р.). – Запоріжжя: «Просвіта», 2017. – Т.2. – С. 321-323.

Гладка Діана Олександрівна
студент
Науковий керівник:
Єпіфанова Ірина Юріївна
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту
Вінницький національний технічний університет

МОДЕЛЬ ВИПУСКНИКА ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В основі утворення моделі випускника вищого навчального закладу – бакалавра та магістра для підприємницької діяльності обрано класифікацію яка об'єднує в собі основні та професійні навички.

Кожна освітньо-професійна програма ВНЗ підпорядкована певним цілям: бакалаврська програма орієнтована на підготовку фахівців, магістерська – на підготовку професіоналів, але, необхідно зазначити, що у бакалаврів та у магістрів є рівні шанси бути підприємцем після закінчення ВНЗ.

Психологи виділяють підприємницьку діяльність як сферу ділової творчості. Тобто здійснення даної діяльності потребує від випускника певних специфічних здібностей. За свідченням вчених, тільки 5-7% людей мають визначені здібності до підприємницької діяльності [1]. Підприємець - це людина, яка здійснює самостійну, систематичну, ініціативну, ризикову діяльність, що спрямована на виробництво товарів та надання послуг з метою одержання прибутку або особистого доходу та передбачає здійснення нововведень. Рушійні сили, для здійснення підприємницької діяльності, значною мірою полягають у самій людині, її ініціативі, активності, здібностях [2].

Для успішного ведення підприємницької діяльності майбутній підприємець повинен володіти певними рисами особистості та діловими якостями (табл. 1).

Таблиця 1 - Ділові якості підприємця

Управлінські здібності	аналіз економічної ситуації
	прогнозування можливого стану підприємства
	приймання оптимальних рішень щодо функціонування підприємства
	управління капіталом
	орієнтування у нестандартних ситуаціях та умовах
Організаційні здібності	організація виробничого процесу
	керування людськими ресурсами
	погоджування власних інтересів з інтересами партнерів,

	найманих працівників
	пошук споживачів власної продукції
Професіоналізм	високий рівень освіти
	володіння іноземною мовою
	обізнаність із основами підприємництва
	виконання функцій, пов'язаних із підприємницькою діяльністю
	вміння самостійно приймати рішення
Соціально-психологічні якості	потреба досягти успіху в роботі
	потреба досягти визнання в суспільстві
	лідерство в колективі
	здатність до самоорганізації та саморозвитку
	потреба самореалізуватись та наполегливість у досягненні мети
	ініціативність
	визначення принципів справедливості в розподілі доходів
	потреба заснувати власну справу
Природні (фізіологічні) здібності	кмітливість
	оригінальність мислення
	винахідливість
	сміливість, здатність до ризику
	незалежність думок
	автономність дій
	швидкість реакції на зміни ситуації, в тому числі в ринковій економіці
	контактність у налагодженні зв'язків із оточуючим співтовариством

Джерело: побудовано за даними [3-4]

Виходячи із даних таблиці, потенційний випускник ВНЗ для підприємницької діяльності повинен володіти: управлінськими, організаційними, природніми здібностями; мати відповідний рівень професіоналізму та соціально-психологічних якостей. Також варто відмітити, що ряд ділових якостей підприємець набуває вже в процесі здійснення підприємницької діяльності.

Отже, система освіти повинна формувати сучасного випускника ВНЗ як різносторонню особистість, яка володіє професіональними та загальнолюдськими якостями. Аналіз запропонованої моделей та вимог освітньо-кваліфікаційних характеристик дає можливість стверджувати, що модель випускника вищого навчального закладу для підприємницької діяльності повинна складатися із багатьох компонентів: фахового, інтелектуального, творчого, морального, комунікативного, інформаційного, особистісного складу.

Список використаної літератури

1. Сірко А.В. Економічна теорія. Політекономія: навч. посіб. / А .В. Сірко – К. : « Центр учбової літератури», 2014. – 416 с.

2. Варналій З.С. Основи підприємництва, навчальний посібник; Київ: Знання-Прес, 2006. – 329 с

3. Тирпак І.В.Основи економіки та організації підприємництва: навч. посіб. / І.В. Тирпак, В.І. Тирпак, С.А. Жуков. – К. : Кондор, 2011. – 284 с.

4. Джеджула В. В. Інтелектуальний капітал як чинник ефективності інноваційної діяльності / Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю. // Вісник Хмельницького національного університету. Серія Економічні науки. - 2017. - № 4. - С. 158-162.

Гласюк Ольга Юріївна
студентка
Науковий керівник:
Полоус Ольга Вікторівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки
Національний авіаційний університет

ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ АВІАТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Конкурентоздатність підприємств – це перевага певного підприємства займати лідируюче положення на ринку, високий попит на ряду з іншими підприємствами у відповідній спеціалізації у межах країни та за її кордонами .

В Україні, з розвитком ринкових відносин, відбувається формування конкурентного середовища у різних галузях, зокрема в цивільній авіації. Однак, у зв'язку з розширенням меж ринку та залученням іноземних, західних авіакомпаній ситуація змінюється, адже вони вміють працювати в умовах жорсткої конкуренції [1]. При використанні цього досвіду українськими авіакомпаніями, ситуація дещо ускладнюється, через відсутність універсальної схеми конкурентної поведінки. Для українських авіакомпаній дуже важливо знати та вміти оцінити ситуацію на міжнародному ринку для того, щоб виробити ефективні засоби конкуренції. З одного боку, вони мають врахувати всі особливості ринку та економіки у середині країни, з іншого досконало вивчити зовнішній ринок з його умовами конкуренції, щоб бачити на що в першу чергу потрібно звернути увагу при розробці шляхів досягнення конкурентних переваг.

На ринку авіаційних компаній України держава володіє контрольним пакетом корпоративних прав національних перевізників, лише вона надає їм фінансову допомогу, що має вплив на конкурентне середовище. На 2017 рік, в Україні діють такі авіакомпанії, як «Міжнародні авіалінії України», «Роза вітрів» та інші. Авіаційні перевезення в Україні мають перевагу через

масштабність та постійний попит з боку пасажирів. З кожним роком кількість пасажирів зростає до 10%, це пов'язано зі збільшенням кількості рейсів, нових напрямів польоту та можливих акцій у середині авіакомпаній, при яких можливо купити дешевші квитки, адже в Україні порівняно з іншими країнами найдорожчі квитки, ціна яких складає від 100 до 500 доларів, для порівняння у країнах Європейського Союзу до 100 євро. Поява на національному ринку іноземних авіакомпаній призведе до підвищення конкуренції, що вплине на ціну перевезень, якість обслуговування з боку українських авіакомпаній [2].

Ще однією важливою для України галуззю є авіаційна промисловість, вона має значний потенціал на світовому ринку. Україна одна із небагатьох країн, що мають технічну базу для виготовлення авіатехніки, однак проблемою є вихід на міжнародний ринок та завоювання конкурентних позицій, що можливо при збільшенні технологічних розробок, залучення до виробництва науково-інтелектуальної робочої сили , дотримання інноваційної політики [3].

Отже, для розвитку конкурентоздатності авіаційних підприємств України потрібно вживати кардинальні зміни, щодо фінансування авіазаводів, авіакомпаній, які б могли покращити якість та масштаби роботи. Залучатись до співробітництва з іноземними партнерами, залучати інвестиції. Все це допоможе авіапідприємствам впевнено відчувати себе на світовому ринку.

Список використаної літератури

1. Авіабудування України [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.nkau.gov.ua
2. Перспективи української авіації [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.wing.com.ua
3. Транспортний Бізнес [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://tbu.com.ua/news/ukrainskie_aviakompanii_v_2010_g__perevezli_bolee_6_ml

Годорожа Тетяна Олександрівна,
магістрант
Миколаївський національний аграрний університет

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Мале підприємництво відіграє особливо важливу роль у соціально-економічному розвитку регіонів. Воно є одним з найвагоміших чинників

забезпечення економічного зростання в регіонах, підвищення зайнятості та рівня доходів населення та поповнення місцевих бюджетів.

У розробку проблематики, пов'язаної з питанням розвитку малого підприємництва, значний внесок зробили представники сучасної вітчизняної науки О. Барановський, З. Варналій, Л. Воротіна, М. Долішній, С. Злупко, С. Мочерний, А. Немченко, Т. Немченко та інші [3].

Однак, ряд регіональних аспектів розвитку малого підприємництва, що стосуються його ефективного розвитку, залишаються в недостатній мірі дослідженими та висвітленими в економічній літературі.

Порівняння темпів приросту кількості малих підприємств за останні роки на державному, регіональному (Миколаївська область) та місцевому (Первомайський район) рівнях свідчить про те, що лише Первомайському району у 2016 році вдалося збільшити темпи приросту в порівнянні з досягнутим за попередній рік на 4,59%, що в абсолютному вираженні становить 9 малих підприємств. Україна загалом та Миколаївська область у 2016 році мають зниження власних досягнень щодо темпів приросту кількості малих підприємств (88,81% та 94,88% відповідно) [2].

Позитивна тенденція до зростання кількості малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення спостерігається знову ж таки лише у Первомайському районі. У середньому по Україні станом на кінець 2016 року цей показник дорівнює 68 одиницям, що на 8 одиниць менше в порівнянні з 2015 роком. Проте це зменшення зумовлене не тільки зменшенням кількості малих підприємств, але й збільшенням чисельності наявного населення в Україні, що в 2016 році становило 42584,5 тис. осіб [2].

Негативною тенденцією є те, що при загальному зменшенні кількості малих підприємств (далі – МП) протягом останніх років спостерігається зменшення основних показників їх розвитку (табл. 1).

Динаміка чисельності малих підприємств в Україні свідчить про уповільнення розвитку сектору малого бізнесу, а в порівнянні з країнами ЄС вона явно недостатня. Так, на 1000 українців припадає 6 одиниць малих підприємств, тоді як у країнах-членах ЄС – не менше 30. Частка малих підприємств у 2016р. в Україні в загальній кількості підприємств по країні складає 95%. За цим показником нашу країну можна порівняти з часткою мікропідприємств у країнах ЄС, де вони складають біля 90% від загального числа підприємств [3]

Таблиця 1.

Основні показники розвитку малих підприємств за 2013-2016 роки на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівнях*

Показники	Роки												Відносне відхилення у порівнянні 2016 р. з 2015 р., %		
	2013			2014			2015			2016					
	Україна	Миколаївська обл.	Первомайський р-н	Україна	Миколаївська обл.	Первомайський р-н	Україна	Миколаївська обл.	Первомайський р-н	Україна	Миколаївська обл.	Первомайський р-н	Україна	Миколаївська обл.	Первомайський р-н
Кількість МП, од.	373809	10400	196	324598	10105	191	327814	10229	196	291118	9705	205	88,81	94,88	104,59
Кількість МП у розрах. на 10 тис. ос. наявн. насел., од.	82	89	63	72	87	63	76	88	64	68	84	68	89,47	95,45	106,25
Середня кількість зайнятих працівників на МП, тис. осіб	2010,7	49,1	3,6	1686,9	46,8	3,1	1576,4	45,5	1,8	1609,6	44,6	1,302	102,11	98,02	72,33
Частка МП у загальному обсязі реалізації, %	16,6	24,3	39,5	16,9	25,5	41,9	18,2	27,6	39	19,7	25	51,3	108,24	90,58	131,54
Середня кількість найманих працівників на МП, тис. осіб	1891,8	44,2	2	1583	42	1,816	1466,3	38,7	1,315	1522,9	39,9	1,186	103,86	103,10	90,19
Частка найманих працівників у МП, %	26	34	49,3	25,6	34,6	50,1	25,4	33,9	48,7	26,8	34,6	49,6	105,51	102,06	101,85
Середня кількість зайнятих працівників на одному МП, осіб	5	5	18	5	5	17	5	4	9	6	5	6	120,00	125,00	66,67

*Джерело: розроблено автором за даними Державної служби статистики України

Незважаючи на значні кількісні переваги в чисельності, малі підприємства ще не повною мірою виконують відведеної їм ролі провідного сектора ринкової економіки. Про це свідчить порівняння основних економічних показників господарської діяльності протягом останніх 4-х років малих підприємств на державному, регіональному та місцевому рівнях. Проте все ж повільно збільшується питома вага обсягів реалізованої продукції (робіт, послуг) малими підприємствами в загальному обсязі по економіці України: 19,7% - частка малих підприємств (тоді як у країнах-членів ЄС – до 63-67%), 25,0% - Миколаївська область і 51,3% - Первомайський район за 2016 рік. Тож, варто зазначити, що саме на місцевому рівні розвиток малого підприємництва є пріоритетним та перспективним для розвитку регіону загалом.

Законом України «Про стимулювання розвитку регіонів» (поточна редакція від 02.12.2012 р.) з метою стимулювання розвитку депресивних територій передбачено вжиття конкретних державних заходів, серед яких надання державної підтримки, у тому числі фінансової, малим підприємствам, сприяння формуванню об’єктів інфраструктури розвитку підприємництва,

таких як бізнес-центри, бізнес-інкубатори, інноваційні та консалтингові центри, венчурні фонди тощо, а також сприяння зайнятості населення [1].

Не зважаючи на зменшення кількості малих підприємств загалом по Україні, показники, що характеризують зайнятість населення в секторі малого підприємництва, починаючи з 2015 року мають тенденцію до збільшення. Так, у 2016 році в порівнянні з 2015 роком відбулося збільшення на малих підприємствах середньорічної кількості зайнятих працівників на 2,11%, середньорічної кількості найманих працівників – на 3,86%, частки найманих працівників у загальній кількості найманих працівників на підприємствах – суб'єктах підприємництва – на 5,51%, середньої кількості зайнятих працівників на одному малому підприємстві – на 20,0%.

Порівнюючи основні показники розвитку малих підприємств Миколаївської області 2016 року з 2015 роком, слід зазначити, що більшість показників мають тенденцію до зменшення. Зокрема, відбулося зменшення кількості малих підприємств на 5,12%, середньорічна кількість зайнятих працівників – на 1,98%, частка малих підприємств у загальному обсязі реалізації – на 9,42%.

Характеризуючи основні показники розвитку малих підприємств Первомайського району, варто звернути увагу на те, що не зважаючи на збільшення кількості малих підприємств, показники, що характеризують зайнятість населення в секторі малого підприємництва, починаючи з 2012 року мають тенденцію до зменшення. Так, у 2016 році в порівнянні з 2015 роком на малих підприємствах відбулося зменшення середньорічної кількості зайнятих працівників на 27,7%, середньорічної кількості найманих працівників – на 9,81%, середньої кількості зайнятих працівників на одному малому підприємстві – на 33,3%.

Наведені дані щодо суттєвого зниження рівня зайнятості населення на малих підприємствах свідчать про незадовільний стан розвитку малого підприємництва, зокрема, на регіональному та місцевому рівнях, що є результатом недостатньо ефективної державної та регіональної політики сприяння розвитку малого підприємництва. Таким чином, можна зазначити, що не дивлячись на деякі успіхи в розвитку малого підприємництва в цілому по Україні, загальний рівень сектору ще недостатній з точки зору вимог раціональної ринкової економіки держави, й вимагає подальшої підтримки держави в законодавчому та економічному плані з метою скорішої інтеграції до Європейського Союзу та підвищення добробуту населення через розвиток приватної ініціативи.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів»: поточна редакція від 02.12.2012 р. / ВРУ. - Офіц. вид. – Київ : Парлам. вид-во, 2012. – 548 с.

2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/

3. Рібун Л. В. Зарубіжний досвід розвитку малого бізнесу [Електронний ресурс] / Л. В. Рібун, Г. А. Лех, І. М. Васькович // Науковий вісник НЛТУ України. - Вип. 26.2. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2016/26_2/NV_26_2.pdf.

Назарова Наталія Іванівна
студентка
Науковий керівник:
Калінько Ірина Василівна
к.т.н., доцент, доцент кафедри фінансів
Фінансово-правовий коледж

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНУ

Важливим підходом до вивчення закономірностей інноваційного розвитку регіону є методика, розвинута стосовно аналізу структур цілей і функцій систем управління. В ній застосовується подвійне визначення, в одному з варіантів якого властивості характеризують відносини, в іншому – елементи системи. Цим визначенням відповідає два способи представлення системи управління інноваційним процесом розвитку регіону.

Виконаємо дослідження процесу аналізу корисності на основі оцінки відносної вагомості альтернатив інноваційного розвитку Чернігівського регіону. В процесі визначення цільових критеріїв сформована ієрархія цілей: формування нормативно-правової бази; удосконалення системи державного управління; сприяння розвитку різних галузей діяльності; формування сучасної інформаційно-комунікаційної інфраструктури.

На етапі оцінки цільових критеріїв визначаємо вагомість як для підцілей, так і для критеріїв нижчого рівня. Для цього зважуємо показники відносної вагомості, які розраховуємо шляхом множення показника відносної вагомості на вагу відповідного критерію і відповідного завдання. Для точного визначення вектора вагомості спочатку необхідно розрахувати максимальне власне значення L_{max} матриці порівняння пар V. Для усіх власних значень L матриці діє, що детермінанта нижче приведеної матриці (V-LE) дорівнює нулю. На основі цієї умови розрахуємо величину L_{max}. Відповідний власний вектор, або вектор вагомості, можна визначити з рівняння $(V - L_{max} \cdot E)W = 0$. Альтернатива з самим високим значенням глобального пріоритету виступає як найбільш відносно вигідна альтернатива. В результаті проведених розрахунків цією альтернативою є організація виробництв, що реалізують новітні технологічні уклади і мають перспективи виходу на внутрішній і зовнішній ринки з наукомісткою продукцією світового рівня.

Одержані дані необхідно використовувати в процесі формування інноваційно-інвестиційних програм Чернігівського регіону, оскільки вони

вказують ті основні елементи, що потребують більшої уваги при розподілі фінансування, а також при моніторингу цих спрямувань. Для ефективного управління при формуванні та реалізації таких програм постає питання інформаційного забезпечення управлінських процесів.

Грисько Оксана Михайлівна,
Магістр
Науковий керівник:
Зубко Тетяна Леонідівна
к.е.н, доцент кафедри економіки та фінансів підприємства, керівник
Київський національний торговельно-економічний університет

ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Категорія економічного росту є найважливішою характеристикою суспільного виробництва при будь-яких господарських системах. Параметри економічного зростання, їх динаміка широко використовуються для характеристики розвитку національних господарств, в державному регулюванні економіки і забезпеченні економічної безпеки.

Особливе значення аналіз економічного зростання має в останні десятиліття. Піднесення потреб, вичерпання традиційних ресурсів, збільшення чисельності населення зумовлюють рішення подвійного завдання: економічного зростання та ефективності економіки. [1-5]

Економічне зростання - у вузькому сенсі: це процес, який народжується на стадії безпосереднього виробництва, набуває стійкого характеру на інших стадіях суспільного виробництва, призводить до кількісного та якісного зміни продуктивних сил, збільшення суспільного продукту за певний період часу і зростання народного добробуту. У широкому сенсі: економічне зростання, як критерій економічного розвитку є, по своїй суті, головною складовою загальної траєкторії розвитку суспільства.

Розрізняють два типи економічного зростання: інтенсивне і екстенсивне.

Екстенсивний ріст передбачає можливість збільшення обсягів виробництва продукції підприємствами через залучення додаткових чинників виробництва. При цьому їх якісний і технічний рівень, технологія виробництва залишаються незмінними. Приріст продукції досягається внаслідок кількісного збільшення участі засобів праці у виробництві. [1, 5].

Екстенсивний ріст був актуальним за недостатнього рівня науково-технічного прогрессу. Екстенсивний тип зростання забезпечує нарощування

економічного потенціалу через розширення трудової діяльності. З цим пов'язано виробництво абсолютного додаткового продукту.

Інтенсивний ріст передбачає збільшення виробництва продукції внаслідок зростання продуктивності праці на удосконаленій технічній основі й ефективніше використання наявних ресурсів.

Є чимало як інтенсивного, і екстенсивного шляхів розвитку. Слід враховувати, що економічне зростання пом'якшує протистояння між необмеженими потребами людства й обмеженими джерелами природних ресурсів, оскільки саме за умов зростання можна підтримувати інфраструктуру належним чином, здійснювати різні соціальних програм, підвищувати власні доходи й удосконалювати освіту, охорону здоров'я, культурно-просвітницьку та інші сфери. Наприклад, щоб поліпшити стан довкілля, на думку теорії економічного зростання, знадобиться штучне введення законодавчих обмежень, особливих податків процес формування ринку прав на забруднення.

Існує концепція «нульового» економічного зростання, подана у 70-х рр. XX сторіччя деякими економістам. Прибічники цієї концепції стверджують, що технічний прогрес і зростання призводять до цілої низки негативних явищ сучасного життя: забруднення довкілля, викиду отруйних речовин, погіршенні образу населених пунктів [4].

Зважаючи на це потрібно врахувати, що прогрес не стоїть на місці й населення планети постійно зростає. І треба забезпечувати і продукцією, яку різні підприємства міста і організації виробляють, і також робочими місцями. Без економічного зростання неможливий подальший розвиток міста, регіону, країни; неможливий належний рівень індустріалізації держави. Оскільки країни, у яких економічна система погано розвивається, або малоразвинута і вони неспроможні забезпечити своїх жителів високим рівенем життя. Із усього вищесказаного можна дійти невтішного висновку, що економічне зростання, незалежно від пріоритетних чинників, необхідне всім країнам. І зростання підприємств галузі з допомогою будь-яких чинників поруч із негативними наслідками, про які ж зазначалося вище, має і позитивні.

Також варто зазначити, що екстенсивний та інтенсивний типи зростання тісно взаємопов'язані й практично не існують в чистому вигляді. Наприклад, одночасно може відбуватися і приріст кількості працюючих, і підвищення їхньої кваліфікації, і розширення виробництва і вдосконалення технічної бази виробничого процесу. В цьому випадку, залежно від того, який тип забезпечує вище зростання, доходять висновку про переваги екстенсивного чи інтенсивного шляху розвитку підприємства.

Виділяють наступну систему показників економічного зростання підприємства [3]:

Показники ефективності використання виробничих фондів (фондовіддача, фондомісткість, озброєність і рентабельність основних засобів, коефіцієнт ефективності використання обладнання).

Показники ефективності використання праці (продуктивність праці, трудомісткість продукції).

Показники ефективності використання активів і капіталу компанії (показники рентабельності).

Показники використання оборотних коштів (коефіцієнти оборотності оборотних коштів,закріплення, тривалість одного обороту, матеріаломісткість продукції, матеріаловіддача).

Показники виробництва і збуту продукції.

Розвиток і безпека економіки - це дві сторони однієї і тієї ж медалі. Безпека показує здатність економіки до саморозвитку, а розвиток - її здатність перебувати в безпечному стані в умовах внутрішніх і зовнішніх загроз, обумовлених непередбачуваними факторами і подіями, що відбуваються в країні і світі.

Таким чином, основним критерієм економічної безпеки країни є високий рівень довготривалого стійкого розвитку економіки, а головним механізмом інститутів влади, за допомогою якого вони можуть забезпечувати економічну безпеку країни і, отже, здатність до саморозвитку економіки високими темпами, є економічна політика держави. Вона повинна бути спрямована на надання економіці міцності і надійності її елементів і їх структурної стійкості, надати їй такі кількісні та якісні характеристики, які дозволяли б витримувати будь-який зовнішній і внутрішній тиск.

Список використаної літератури

1. Економічне зростання і його типи. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://pidruchniki.com/1494080736284/ekonomika/ekonomichne_zrostannya_pidpriyemstva

2. Економічне зростання: сутність, показники і фактори. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://studme.com.ua/14051003/politekonomiya/ekonomicheskiy_rost.htm

3. Основні напрями економічного зростання підприємства. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ekon.in.ua/osnovni-naprvamki-ekonomichnogo-zrostannya-pidpriyemstva.html

4. Фактори економічного зростання підприємства. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://bukvar.su/jekonomika/

5. Экономический рост и экономическая безопасность. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://newinspire.ru/lektsii-po-ekonomicheskomu-rostu/ekonomicheskiy-rost-i-ekonomicheskaya-bezopasnost-2588

Ірина Олександрівна Гаврилюк,
студентка ОС «Магістр», спец. «Економіка» ЖНАЕУ
Науковий керівник: к.е.н., доц. **Довженко В.А.**

РОЛЬ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ У ФОРМУВАННІ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Особливою відмінністю нематеріальних активів є те, що в об'єктом в даному питанні виступають не самі активи, а права на їх використання. Отримати такі активи можна через продаж, безоплатно, відчуження чи дарування. Питаннями визначення сутності, класифікації, оцінки та обліку нематеріальних активів займається багато вітчизняних та іноземних дослідників, зокрема Л. Едвінсон, Т. Стюарт, Є. Брукінг, А. Чухно, В. Геєць, О. Бутнік-Сіверський, Л. Федулова, М. Окландер, О. Чукурна, Й. Петрович, Л. Прокопишин-Рашкевич О. Задорожний, С. Ніконова та ін.

Метою даного дослідження є вивчення впливу нематеріальних активів на вартість бізнесу.

Основний матеріал. Нематеріальні активи – об'єкт фінансового обліку, що інтегрує в собі всі особливі види вкладення капіталу підприємства, а також характеризує його економічний потенціал і фінансову стабільність. Саме поняття «нематеріальний актив» трактується по-різному. Нині під нематеріальним активом підприємства розуміють, як умовну вартість об'єктів інтелектуальної власності, так і витрати на нематеріальні об'єкти [3].

В податковому кодексі України поняття нематеріальних активів подається з боку платника податків. Зокрема, визначено, що це є право власності на результати інтелектуальної діяльності. В свою чергу інтелектуальну власність можна визначити як результат діяльності людини яку можна відтворити та вона перейшла в матеріальний продукт.

За класифікацією податкового обліку нематеріальні активи поділяють на шість груп:

1. Авторське право і суміжні з ним права – твори мистецтва, твори літератури, статті, бази даних, комп'ютерні програми, тощо.
2. Об'єкти суміжних прав – гудвіл (ділова репутація), виконавці, виробників фонограм.
3. Об'єкти науково-технічної інформації – наукові відкриття, винаходи.
4. Об'єкти промислової власності – знаки для товарів чи послуг, ноу-хау, винаходи, фірмові найменування, порода тварин, промислові зразки,та ін.
5. Користування природними ресурсами – земельні ділянки, природні ресурси, геологічна та інша інформація про навколишнє середовище.

6. Користування майном – економічні привілеї, монопольне положення, право на провадження певної діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо.

За своєю суттю нематеріальні активи не мають матеріальної основи, тому визначення їх вартості неможливе традиційними показниками. Найчастіше використовують методи, які залежать від мети оцінювання та від замовника.

В грошовій вартості нематеріальні активи можна оцінити: за поточною ринковою вартістю – при продажу чи ліквідації; за чистою вартістю реалізації – в ході господарської діяльності; за фактичною вартістю – на основі первісної вартості придбання; за поточною відновною вартістю – з урахуванням ринкової вартості.

Серед нематеріальних активів, які справляють найсильніший вплив на вартість бізнесу слід виділити бренд – це відома торговельна марка, яка має постійно високу лояльність покупців, за рахунок чого формується додатковий прибуток. Вплив бренду на вартість бізнесу проявляється через такі аспекти:

1. Товар-бренд здатний завоювати більшу частку ринку, ніж аналогічний товар під торговельної маркою, що не є брендом – більша доля ринку дає більшу пізнаваність товару, збільшує попит покупців та за рахунок цього збільшується виробництво, кількість робочих місць, і так далі.

2. Попит на товар-бренд росте більш високими темпами, ніж попит на аналогічний товар під торговельної маркою, що не є брендом. Темпи зростання на ринку завжди збільшують інтерес інвесторів до бізнесу.

3. Товар-бренд можна позиціонувати в більш високих цінових діапазонах, ніж аналогічний товар під торговельної маркою, що не є брендом. За рахунок цього збільшується націнка та прибуток бізнесу.

4. Наявність у продавця брендів полегшує роботу з маркетинговими посередниками, оскільки бренди приносять більше прибутку з метра торговельної площі. Пізнаваність збільшує попит на продукцію серед посередників за рахунок попиту серед покупців.

5. Близько 25-50% покупців брендових товарів готові відкласти покупку, ніж купувати товар-замінник. Покупці, які віддають перевагу певному бренду готові зачекати поступлення товару, а не шукати замінники за рахунок чого продаж не втрачається навіть за відсутності товару в даний час [4].

Отже, нематеріальні активи можуть одночасно впливати на пізнаваність товару, частку ринку, зростання виробництва, попит на товар, націнку та прибуток від продажу, попит серед посередників, збільшення кількості постійних покупців.

Авторитетний у світі оцінювач інтелектуальної власності – «InterbrandGroupLtd» – щорічно оголошує рейтинг 100 найдорожчих брендів. Компанія має представництва в 21 країні та існує з 1974 р. Вона оцінила близько 2500 брендів. Методика розрахунку рейтингу вміщує різні аспекти діяльності компаній, які мають ті або інші бренди. Рейтинг будується на детальному аналізі того, яка частина продажу продукції виробляється за

рахунок лише бренда. У розрахунок беруть також силу бренда, яка визначається такими чинниками: лідерством цього бренда на ринку; стабільністю і здатністю перетинати географічні і культурні кордони.

Щоб потрапити до рейтингу, бренд повинен відповідати низці формальних критеріїв. По-перше, вартість бренда повинна перевищувати 1 млрд дол. По-друге, він має бути глобальним, тобто за межами країни його появи повинно продаватися не менше третини всіх товарів під цим брендом. По-третє, компанія повинна мати відкриту фінансову і маркетингову інформацію про власну продукцію. Так, через невідповідність цьому набору критеріїв у рейтинг не потрапили «Visa», «BBC» і «Mars» [5].

В світовому рейтингу 2017 р. ТОП 5 лідерів: Google, Apple, Microsoft, Amazon та Facebook. При цьому Google, Apple и Microsoft зберегли три верхні позиції, збільшивши свою вартість за останній рік на +7% до $245,6 млрд., +3% до $234,7 млрд. та +18% до $143,2 млрд. відповідно. Facebook, який знаходиться на 5-й позиції в рейтингу, виріс на 27% і зараз його вартість становить $129,8 млрд. Слід зазначити, що 25% загальної вартості всіх брендів в BrandZ Топ-100 в 2017 р. складається з вартості Топ 5 брендів, що підкреслює їх домінуючі позиції в сучасному бізнесі [6].

Серед українських брендів ТОП 100 очолюють Моршинська – $512 млн., Рошен – $335 млн., Приватбанк – $304 млн., Сандора – $277 млн. та Неміров – $263 млн [7]. Це підтверджує наявність тісного взаємозв'язку між пізнаваністю та прихильністю брендів на світовому ринку та їх вартістю.

Висновки та пропозиції. Отже, нематеріальні активи – це об'єкти інтелектуальної власності які значно впливають важливі показники бізнесу. Зважаючи на вищенаведені приклади, слід відмітити значну роль нематеріальних активів у формуванні вартості бізнесу, що показує необхідність вивчення та розвитку нематеріальних активів при виникненні будь-яких питань з планування, розвитку чи продажу бізнесу.

Список використаної літератури

1. Задорожний О. Нематеріальні активи: податковий облік. – [Електронний ресурс] / О. Задорожний, С. Ніконова // Вісник. Право знати все про податки і збори. – 2013. – № 33. – Режим доступу: http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/5893

2. Економіка і фінанси підприємства [Текст]: підручник. – [Електронний ресурс] / Й.М. Петрович, Л.М. Прокопишин-Рашкевич; ред. Й.М. Петрович. – Львів: Магнолія, 2006, 2014. – 408 с. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1685030364716/ekonomika/maynovi_resursi_aktivi_pidpriyemstva#28

3. Теоретичні аспекти аналізу нематеріальних ресурсів підприємства [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://studopedia.com.ua/1_332278_teoretichni-aspekti-analizu-nematerialnih-resursiv-pidpriiemstva.html

4. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. – Київ: Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.
5. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: навч. посіб. – [Електронний ресурс] / І.В. Ковальчук. – К.: Знання, 2008. – 680 с. – Режим доступу: http://westudents.com.ua/glavy/15402-62-metodi-otsnki-nemateralnih-aktivv.html.
6. Топ 100 самых дорогих мировых брендов 2017. – [Електронний ресурс] // Ведомости. – Режим доступу: http://sostav.ua/publication/top-100-samykh-dorogikh-mirovykh-brendov-2017-75059.html
7. UkrBrand 2016 – ТОП 100 украинских брендов [Електронний ресурс] // MPP Consulting – Режим доступу: http://mppconsulting.com.ua/ukrbrand/ukrbrand2016.html

Гришина Інна Олегівна
магістрантка кафедри менеджменту та економічної безпеки,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ

Велика кількість вітчизняних підприємств, які функціонують у період нестабільності та воєнної напруги, перебувають у складному економічному становищі, відчувають спад виробництва чи опинилися на межі банкрутства. Причинами такого кризового стану можуть бути: прийняття помилкових рішень у процесі управління суб'єктом господарювання, технологічна відсталість і фізичний знос основних фондів, відсутність можливості провести реструктуризацію на підприємстві та інші проблеми, що мають свою специфіку в залежності від галузі діяльності компанії. Тому визначення проблем, яківиникають у процесі управління економічною безпекою, є досить важливим для запобігання подальшомупогіршенню діяльності підприємства.

Вивченням проблем, які можуть негативно позначитися на діяльності суб'єкта господарювання в контексті управління економічною безпекою займаються Камлик М. І. [1], Козаченко Г.В. [2], Новікова О.Ф. [3] та інші вчені.

Причинами економічної небезпеки підприємств в Україні стали не лише реалії соціально-економічного розвитку країни, але і недосконаліть процесів державного управління, у тому числі відсутність програм соціально-економічного розвитку, що мали б реально досяжні цілі та були можливими для

впровадження; недосконаліть у нормативно-правовому забезпеченні регулювання економіки; відсутність привабливого інвестиційного клімату; невідповідність технологій світовим стандартам [1].

В Україні існують такі проблеми макрорівня в процесі забезпечення економічної безпеки підприємств: дефіцит робочої сили; низький функціональний рівень системи державного регулювання економічної безпеки; збільшення кількості рейдерських захватів як способу заволодіння владою на підприємстві; недосконаліть процесів державної політики та прийняття управлінських рішень; повільне реагування держави на зміну господарських умов у порівнянні з реагуванням підприємств на ці зміни [2].

Для ефективної діяльності підприємства однією із головних умов є розробка системи заходів для усунення загроз, що є для нього реальними. У процесі управління економічною безпекою перед сучасними суб'єктами господарювання можуть виникати такі проблеми, як:

- необхідність комплексного пошуку інформації про діяльність конкурентів, а також збір інформації про стан власної компанії, що має на меті визначення цілей та стратегії її розвитку;
- нехтування потенційноможливими діями підприємства і направлення всіх ресурсів на захист від можливих загроз;
- неправомірні заходи з боку держави та її неможливість вплинути на економічну безпеку окремих суб'єктів господарської діяльності;
- низька обізнаність працівників у сфері управління економічною безпекою, та як результат, отримання неповної або хибної інформації щодо стану економічної безпеки компанії.

До сучасних проблемних аспектів управління економічною безпекою підприємстваналежить, у першу чергу, ресурсне забезпечення цього процесу. У підприємствівідсутній достатній обсяг фінансових і трудових ресурсів, які необхідні для налагодження процесу управління економічною безпекою. Наступною проблемою є рівень професіоналізму кадрів, які беруть участь в управлінні економічною безпекою. Оскільки до системи економічної безпеки підприємства входить багато складових, то професіонал з управління економічною безпекою має володіти знаннями в усіх сферах, і окрім цього розуміти специфіку роботи конкретного підприємства. Третьою проблемою є відсутність законодавчого регулювання стану економічної безпеки вітчизняних підприємств. Четвертою проблемою управління економічною безпекою підприємства є велика кількість загроз його фінансовим, майновим та інформаційним ресурсам [3].

Аналіз передового досвіду, отриманого в результаті діяльності європейських підприємств, свідчить про те, що для захищеності економічної безпеки суб'єкта господарської діяльності найбільш дієвимметодом є комплексний підхід. До комплексного підходу щодо забезпечення економічної безпеки підприємства входять: узгодження інтересів підприємців і державних структур і втілення механізмів самоорганізації суб'єктів підприємництва, що

спрямовані на організацію колективного захисту і забезпечення їх безпеки; координація діяльності підприємців; постійне відстеження ситуацій, які можуть призвести до порушення економічної безпеки суб'єктів підприємництва, тощо.

Можна зробити висновок, що основним інструментом для зменшення імовірності виникнення проблем при управлінні економічною безпекою суб'єкта господарювання повинно бути осмислення наявних проблем на рівні самого підприємства, а також на державному рівні. Аналіз і діагностика проблем, що виникають у процесі управління підприємством, є важливим етапом забезпечення економічної безпеки, тому в компетенції топ-менеджменту компаній залишається питання створення необхідних умов для організації захисту ресурсів підприємницьких структур від сучасних ризиків, небезпек і загроз.

Список використаної літератури

1. Камлик М. І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект: навч. посіб. / М.І. Камлик.– К.: Атіка, 2005. – 432с.

2. Козаченко Г.В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: монографія /Г.В.Козаченко, В.П.Пономарьов, О.М. Ляшенко – К: Лібра, 2003. – 280с.

3. Новікова О.Ф. Економічна безпека: концептуальне визначення та механізми забезпечення :монографія /О.Ф. Новікова, Р.В. Покотиленко.– Донецьк: КІНД ІЕПНАНУ.– 2006.– 408с.

Громова Андріана Михайлівна
студентка *УДФСУ*
Науковий керівник:
Ткаченко Володимир Валентинович
к.е.н, доцент кафедри економіки підприємства

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ

Сьогодення створює динамічне та жорстке середовище господарювання для українських підприємств, що вимагає від них адаптації, гнучкості, конкурентоспроможності тощо. Для вирішення тих та інших задач вихідною точкою буде маркетингове дослідження, що забезпечить підприємство інформацією про свого споживача, про цінність яка необхідна споживачу, та в якій кількості. Усвідомлення потреб споживача, які постійно збільшуються (як

якісно, так і кількісно) дають підприємству реальну перевагу над конкурентами на діючому ринку та створює основу для його розвитку.

Маркетингові дослідження, як поняття, науковці трактують наступним чином: Черчилль Г. стверджує, що маркетингові дослідження є функцією зв'язку із споживачем, Старостіна А. відображає маркетингові дослідження, як інструмент розробки рекомендацій для підприємства, Райзберг Б. бачить маркетингові дослідження, як процес вивчення та прогноз ринку [1, с.73,74]. Різні аспекти бачення терміну «маркетингові дослідження» наштовхує на думку, про багатофункціональну роль цього інструменту, як невід'ємної складової маркетингової діяльності. Проведені маркетингові дослідження у різних його сферах: дослідження ринку, споживачів, конкурентів, товарів, цін, системи просування товарів тощо; відображає реальну картину середовища, де функціонує підприємство.

Отож, доцільно стверджувати про тісний взаємозв'язок між підприємницькою діяльністю та маркетинговими дослідженнями, оскільки в широкому масштабі, отримані результати маркетингового дослідження будують орієнтири підприємства та стратегію його розвитку.

Проведення маркетингових досліджень для підприємства забезпечується його внутрішніми структурами, тобто функціонуючий відділ маркетингу передбачає дослідження ринку, цей метод використовують більшість середніх та великих бізнес-одиниць, проте можливості таких досліджень на рівні підприємства є обмеженими; або зовнішніми організаціями, які спеціалізуються на дослідженнях в області маркетингу та мажуть надати більш точну інформацію про зовнішнє середовище.

За даними УАМ (Українська асоціація маркетингу) лише 12% підприємств взагалі не проводили маркетингових досліджень, 70% – проводили дослідження власними силами, і 18% підприємств використовують послуги зовнішніх організацій.

Перспективами розвитку маркетингових досліджень власними силами підприємства можливе за розширення структури підприємства і виокремлення маркетингового відділу з функціями дослідження ринку, що вимагає великих затрат на утримання такої підструктури та масштабності самого підприємства. Малі підприємства, також проводять незначні маркетингові дослідження, забезпечуючи при цьому себе найнеобхіднішою інформацією за допомогою опитувань клієнтів, анкетування та моніторингом зовнішньої інформації.

Основу розвитку маркетингових досліджень, все ж становитимуть спеціалізовані агенції, оскільки їх основною діяльністю є дослідження в даній сфері, тому орієнтація на розвиток забезпечить більший обсяг виконаних замовлень клієнтів. Лідерами українського ринку маркетингових досліджень за 2015 рік є [2, с.20]:

- ACNielsen Ukraine (Нідерланди),
- GfK Ukraine (Німеччина),
- Proxima Research та Medical Data Management (Росія і Польща),

- UMG (Україна),
- TNS Ukraine (Великобританія).

За останні 3 роки позиції рейтингу залишаються майже незмінними, що говорить про відсутність нових конкурентоспроможних фірм в сфері маркетингу. У порівнянні з 2014 роком компанія ACNielsen Ukraine потіснила GfK Ukraine та посіла першу сходинку. Також значне зростання показала агенція Medical Data Management, піднявшись з шостої сходинки на третю, та поділивши її з Proxima Research [3, с.110]. Варто зазначити, про проблему національного ринку маркетингових досліджень, адже, як видно з таблиці верхівка рейтингу складається з іноземних компаній, а саме їх представництв в Україні. Структура розподілу замовлень на маркетингові дослідження така: національні організації з маркетингових досліджень отримують більшість замовлень, іноземні компанії – меншу частину, але вартість досліджень набагато більша, за рахунок чого оборот компанії значно відрізняється від українських організацій.

За даними аналізу з таблиці 1, простежується до 2013 року тенденція до зросту, проте у 2015 спостерігається найнижчий показник, за досліджуваний період – 35,9 млн. дол., через зменшення підприємницької інтенсивності та як наслідок зменшення замовлень на дослідження.

Для реального відображення стану ринку маркетингових досліджень в Україні варто зазначити обсяг ринку маркетингових досліджень в інших країнах світу, так, лідером в даній сфері є США – 43% від світового ринку маркетингових досліджень – це 18,79 млрд. дол., провідні позиції займають Великобританія (7,43 млрд. дол.), Німеччина (3,06 млрд. дол.), Франція (2,18 млрд. дол.) та Китай (1,74 млрд. дол.). Порівнюючи український ринок маркетингових досліджень з іншими світовими ринками, то частка складає всього 0,8% від світового обсягу – 43,7 млрд. дол., що свідчить про стагнуючий характер та відсутність розвитку у глобальному масштабі [4].

Таблиця 1

Обсяг ринку маркетингових досліджень за 2010-2016 роки в Україні*

Рік	Обсяг ринку		Абсолютне значення порівняння з попереднім роком (млн. $)	Відносне значення порівняння з попереднім роком (%)
	млн. $	млн. ₴**		
2010	40,5	988,2	-	-
2011	44,5	1085,8	4,00	9,88
2012	56,95	1389,58	12,45	27,98
2013	60,8	1483,52	3,85	6,76
2014	42,44	1035,536	-18,36	-30,20
2015	35,9	875,96	-6,54	-15,41
2016	39,5	963,8	3,6	10,02

*розраховано за даними УАМ

**долар прирівнюється до гривні за середньорічним курсом НБУ 2016 року (24,4 грн.)

Спостерігаючи за розподілом замовлень в розрізі типу досліджень, можна відобразити наступну структуру: 60,2% припадає на вимірювання ринку, 14,5% – дослідження медіа-аудиторії, трекінг (оцінка) реклами/бренду дорівнює 6,5%, решта – 18,8% припадає на інші дослідження в маркетинговій сфері [2, с.28].

Отже, маркетингові дослідження для українських підприємств мають стати невід'ємним інструментом розвитку та орієнтиром на перспективні сфери діяльності. Використовуючи всі наявні, на сьогоднішній день, інструменти маркетингових досліджень, вітчизняні підприємства зможуть забезпечити себе маркетинговою інформацією на макрорівні та на мезорівні – залучаючи зовнішні спеціалізовані організації, які фактично і формують український ринок маркетингових досліджень.

Список використаної літератури

1. Луговська І. А., Воробйов А. А. Маркетингові дослідження локального ринку: значення та проблеми здійснення. Вісник соціально-економічних досліджень 2015. Випуск 1 (56) С. 71-77.
2. Лилик І. В. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2015 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ. Маркетинг в Україні 2016. Випуск 1-2 С. 19-33.
3. Арестенко В. В., Арестенко Т. В., Арестенко В. В. Перспективні напрями розвитку ринку маркетингових досліджень у системі social media marketing. Науково-виробничий журнал Інноваційна економіка 2017. Випуск 1-2 (67) С. 109-113.
4. Портал статистики. Рыночная доля рынка исследований рынка в мире в 2015 году по странам. URI: https://www.statista.com (дата звернення: 02.10.2017).

Громова Світлана Василівна
студентка
Університет Державної Фіскальної Служби України
Науковий керівник:
Марченко Ольга Іванівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

На сьогоднішній день частка малих підприємств є досить значною, однак міцно втриматися на ринку, навіть внутрішньому, вдається далеко не кожному. Причиною цього є ряд проблем, які необхідно досліджувати та вирішувати, адже саме малі підприємства є серйозним фактором структурної перебудови і забезпечення проривів науково-технічного прогресу.

Питання щодо проблем у діяльності малих підприємств розглядали у працях вітчизняні науковці, а саме: З.С. Варналій, Л.І. Воротіна, Л.А. Колеснікова, Т. Кондратюк, О. Кужель, В. Ляшенко, О. Мазур, І. Михасюк, В. Сизоненко, С. Соболь та інші.

Розвиток малого підприємництва є дуже важливим в сучасних умовах стрімкого розвитку процесу глобалізації економіки, адже малі підприємства є серйозним фактором структурної перебудови та розвитку науково-технічного прогресу, вони забезпечують населення новими робочими місцями, сприяють насиченню ринків новими товарами та послугами, саме малі підприємства мобілізують фінансові та виробничі ресурси, що в загальному сприяє гнучкості ринкової структури в цілому. Саме тому держави мають сприяти розвитку малого бізнесу та його підтримки, оскільки це дозволить вирішити ряд проблем, що має важливе значення для економіки держави.

Уряди багатьох країн з різним рівнем соціально-економічного розвитку приділяють багато уваги малим і середнім підприємствам (МСП), а саме, надають підтримку їх діяльності, наприклад, надають різні пільги та субсидії. Щодо малих підприємств України, то їм доводиться в ході своєї діяльності наражатися на певні труднощі [2]:

- недостатня фінансова грамотність підприємців;
- нестабільність курсу долара;
- захмарні розцінки на комунальні послуги;
- не прогнозована політика держави, яка заганяє малий бізнес у глухий кут та інше.

Країни, що розуміють важливість малого підприємництва для економіки всіляко сприяють його якісному розвиткові. Німеччина запустила 200 програм підтримки малого та середнього підприємництва під загальною назвою

Mittelstand, які передбачають виділення на кредитування таких підприємств 15,5 млрд євро щорічно. Цікава практика розвитку малого та середнього бізнесу, яку згодом може перейняти й Україна, в Ізраїлі та Польщі. Уряд створює державні венчурні фонди, які інвестують в різні стартапи. Зараз в Польщі держбанк 60% усіх кредитів надає саме малому та середньому бізнесу. Максимальна сума такої гарантії становить до 1 мільйона євро, а вартість – перший рік безкоштовно, другий – 0,5%. Японці вже 15 років мають змогу відкривати власну справу без стартового капіталу, всього з однією єною. Лише за 2012-2014 роки кількість середніх підприємств в країні зросла на 47 тис.[3].

Україні перейняти досвід успішних країн світу не завадило б, адже українські банки пропонують кредити під 25% річних. Саме тому малі підприємства не можуть успішно розвиватися, адже відсотки досить високі, самим «тягнути» і «ставити на ноги» ланку малого бізнесу підприємцям не сила, а ще ж потрібно заплатити значні суми податків в бюджет.

На сьогоднішній день, в Україні потрібно не створювати малі підприємства, адже їх існує досить багато, потрібно їх підтримувати задля отримання бажаного ефекту від їх діяльності. Насамперед, необхідно державне регулювання кредитних ставок для бізнесу та створення податкових канікулів за певних умов, що відкрило б нові можливості для підприємців щодо розвитку підприємств та відсіяло б думки про здійснення тіньової діяльності та ухилення від сплати податків у тяжкі періоди існування.

Важливим є те, що Україна почала діяти в правильному напрямку. Міністерство економічного розвитку і торгівлі було розроблено «Стратегію розвитку малого та середнього бізнесу в Україні до 2020 року», згідно з якою до кінця декади український малий та середній бізнес повинен наростити обсяги реалізації, частку у валовій доданій вартості та прибутки. Багато надій Міністерство економіки покладає на розвиток інноваційного бізнесу.

Також з'явилася надія для українських малих підприємств у вигляді програми Євросоюзу з фінансування бізнесу COSME, до якої з березня 2016 року Україна приєдналась. Вона принесла нашій країні 117 млн євро на розвиток підприємництва.

Також в Україні запрацювала програма Horizon 2020 від Європейської комісії. Щоправда змогу взяти участь в цій програмі отримали лише 4 українські компанії. З квітня 2017 року 250 осіб в Україні, які мають дохід не більше 10 млн євро в рік і які ведуть діяльність не менше 3 років, мають змогу потрапити до програми від Німецького банку розвитку (KfW) та Німецько-Українського фонду (НУФ). Ці щасливчики зможуть отримати інвестиційний кредит під 17% на 6 років. За умовами договору з НБУ, Ощадбанк спрямує кошти з програми на фінансування підприємств у виробничій сфері, сільському господарстві, енергоефективності, сфері послуг та інших [3]. На нашу думку, це дуже важливий крок для економіки країни, адже раніше малі підприємства України покладали надії лише на власні сили, а від тепер - матимуть підтримку у здійсненні своєї діяльності від уряду України та країн ЄС.

Для ефективної діяльності малих підприємств та отримання позитивних результатів від діяльності необхідна підтримка держави, адже існує багато перешкод і бар'єрів для здійснення ефективної економічної діяльності, саме підтримка держави допомагає їх подолати. Україна, переймаючи досвід успішних країн світу, вже починає рухатися в правильному напрямку, надаючи допомогу малому бізнесу. Хоч ця підтримка та допомога, в порівняні з країнами світу, досить мізерна та не для всіх, однак це не може не радувати. Маємо надію на те, що в близькому майбутньому малий бізнес буде дійсно успішно розвиватися і будувати економіку країни, міцно опираючись на допомогу держави.

Список використаної літератури

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / Варналій З.С. - [4-те вид.]. - К. : Т-во „Знання", 2008. - 302 с.
2. Погрібна І. В. Великі проблеми малого бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://eizvestia.com/uk/ekonomika-ukr/full/734-veliki-problemi-malogo-biznesu.
3. Васильчук В. Г. Підтримати малий бізнес. Як Україна відстала від світу [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://espreso.tv/article/2017/07/11/malyy_seredniy_biznes.

Грузд Аліна Володимирівна
студентка,
Черкаський державний технологічний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ ДО ВИСОКИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ НА ПРИКЛАДІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ЧЕРКАСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

За даними українських дослідників, успішність навчання студентів залежить від організації навчального процесу на кафедрі та набору застосовуваних технологій навчання [2, с.134], а також від їх загальних і специфічних здібностей; від їх стійкості, по взаємозалежності до емоційного стресу; від їх індивідуальних особливостей; від їх мотивації [3, с.300].

У проведеному дослідженні брали участь студенти 1-5 курсу факультету економіки та управління кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування. В опитуванні брали участь 46 студентів. Дослідження проводилося на початку 1

семестру навчального року (вересень 2017 р.). Мета опитування – встановлення та конкретизація стимулів до навчання у студентів.

Одним з етапів експерименту стало знайомство. Студенти відповідали рівноцінно, розсудливо і з охотою відгукувались на поставлені запитання.

Другим етапом став збір інформації (тестування). При цьому для встановлення ступеня мотивації було використано таку шкалу мотивів до навчання у студентів:

оволодіння професією;
набуття знань;
отримання стипендії;
отримання диплома;
отримати схвалення батьків;
досягти поваги викладачів;
уникнути осуду та покарання за погане навчання;
отримати інтелектуальне задоволення;
цікаве подання матеріалу;
отримати високооплачувану роботу [1, с.102].

Для аналізу відповідей застосовувалась подальша шкала: 1 бал – «в значно невагомій мірі», 2 бали – «в доволі не вагомій мірі», 3 бали – «в не малій, але і не у великій мірі», 4 бали – в доволі великій мірі», 5 балів – в значно вагомій мірі». Результати тестування наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Оцінка мотивації студентів

№	Мотиви	1 курс	2 курс	3 курс	4 курс	5 курс	Всього
1	Оволодіння професією	5,0	4,8	4,8	4,4	4,2	4,64
2	Набуття знань	4,8	4,6	4,7	4,0	3,8	4,38
3	Отримання стипендії	4,0	3,8	4,0	3,4	3,2	3,64
4	Отримання диплома	4,2	4,0	4,2	4,2	4,2	4,16
5	Отримати схвалення батьків	3,2	3,0	3,0	2,8	3,0	3,00
6	Досягти поваги викладачів	3,8	3,2	2,5	2,8	3,2	3,10
7	Уникнути осуду та покарання за погане навчання	3,0	2,6	2,5	2,0	1,2	2,26
8	Отримати інтелектуальне задоволення	3,8	3,6	3,2	2,6	2,4	3,12
9	Цікаве подання матеріалу	4,2	4,0	4,0	3,8	4,2	4,04
10	Отримати високооплачувану роботу	3,2	3,6	3,8	4,2	4,4	3,84
	Всього	3,92	3,72	3,67	3,42	3,38	

Аналіз отриманих підсумків виявив, що студенти достатньою мірою мотивовані, але порівнюючи результати 1 курсу та останнього 5 курсу, можна спостерігати зменшення в мотивації до навчання, але одночасно на останньому курсі більш зростає такий мотив до навчання як отримати високооплачувану роботу, менш значущим протягом всього навчання є такий мотив як уникнути осуду та покарання за погане навчання та отримати схвалення батьків,

найбільш вагомим є мотив до навчання як оволодіння професією та набуття знань.

На рис. 1 можна спостерігати зміни в мотивації студентів 1-5 курсів.

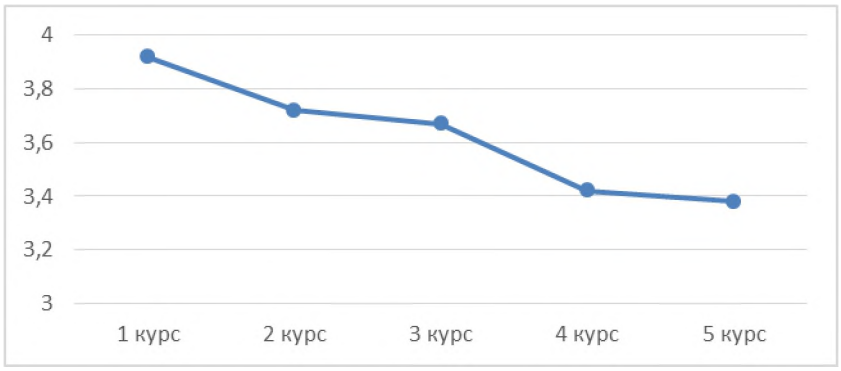


Рис. 1 Зміни в мотивації студентів 1-5 курсів

На рис. 2 зображено значення мотивів до навчання у студентів 1 та 5 курсів.

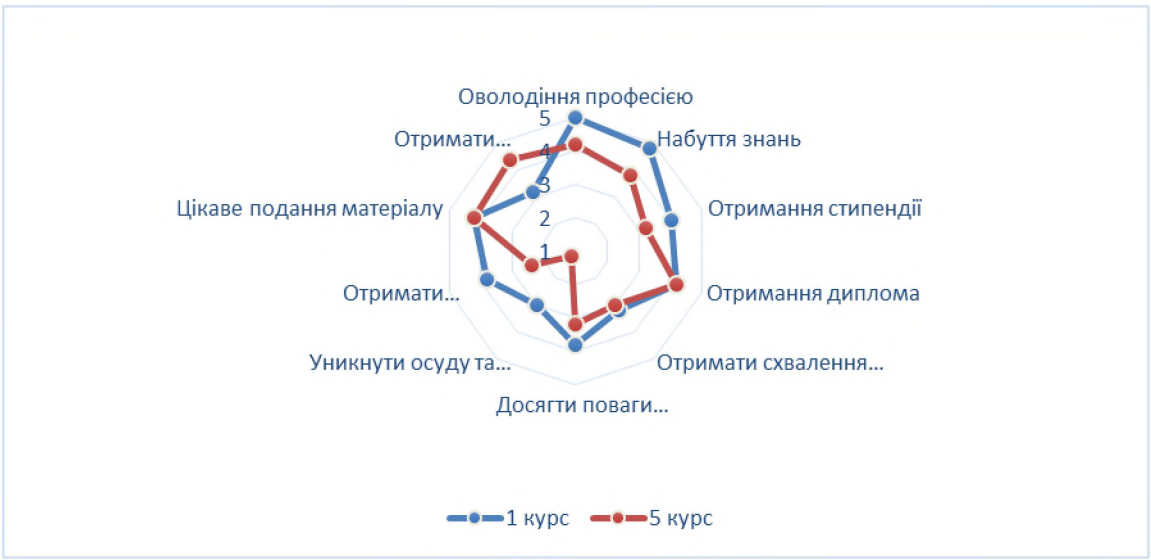


Рис. 2 Значення мотивів до навчання у студентів 1 та 5 курсів

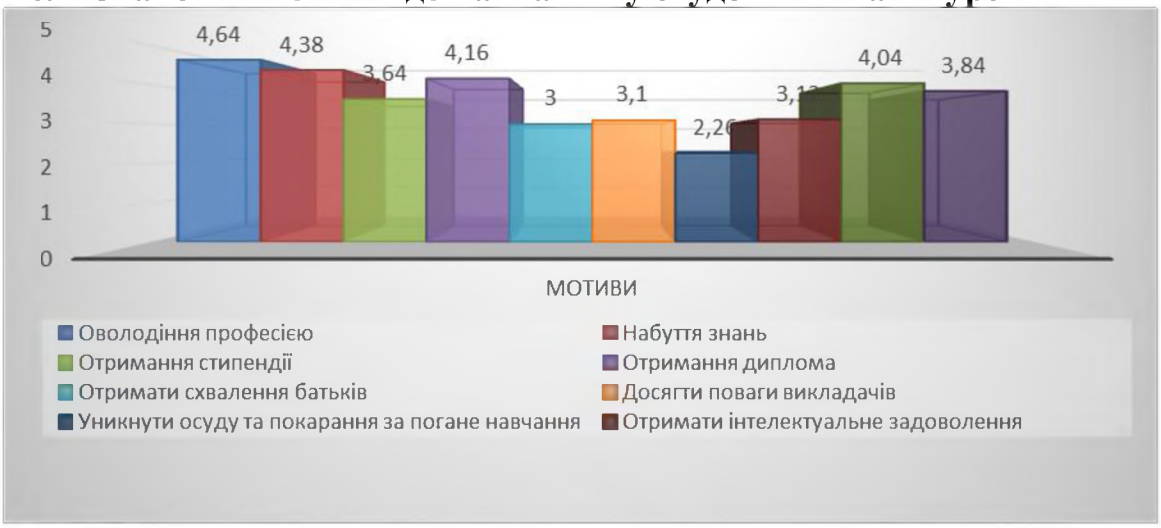


Рис. 3 Середня оцінка кожного мотиву до навчання 1-5 курсів

Отже, в підсумку здійснюваного експерименту було відкрито, хай і незначно, але все-таки наявна достатня мотивація студентів, але необхідно запроваджувати певні міри щоб підвищувати її. Розрахувавши середній загально груповий бал за кожною групою, було знайдено, що взагалі група має середній ступінь мотивації до навчання. Роблячи систематично вимір мотивації (двічі на рік), можна фіксувати динаміку розвитку мотивації.

Список використаної літератури

1. Гилюн О.В. Освітні мотивації студентської молоді / О.В. Гилюн // Грані: наук.-теорет. і громад.-політ. альманах / Дніпроп. нац. ун-т ім. О. Гончара; Центр соц.-політ.дослідж. – Д., 2012. – №1(81). – С. 102-104.
2. Малинаускас Р.К. Мотивация студентов разных периодов обучения / Р.К. Малинаускас // Социологические исследования. – 2014. – №2. – С. 134-138.
3. Плис М.А. Факторы формирования у студентов мотивации к обучению / М.А. Плис // Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології. – 2012. – №9. – С. 300-305.

Демченко Борис Ігорович
студент
Науковий керівник:
Слюсарева Людмила Валеріївна
к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ЩОДО ПИТАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЛОГІСТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток теорії та практики управління логістичною діяльністю підприємств України сьогодні неможливий без впровадження та використання інноваційних технологій. Під інноваційними технологіями насамперед розуміються спеціалізовані інформаційні системи та технології, завданням яких є автоматизація логістичних процесів. Крім того, інноваційними технологіями в логістичній діяльності є такі способи побудови логістичних процесів, які, використовуючи останні наукові та практичні досягнення, дають значний оптимізаційний ефект. Як правило, впровадження інформаційних систем та технологій вимагає глибокої перебудови усталених логістичних процесів та

супроводжується значними інвестиціями у розвиток логістичної системи. Для забезпечення успішності впровадження та використання інноваційних технологій, логістичних інформаційних систем торговельні підприємства повинні оцінити вартість впровадження змін у логістичні процеси та вартість впровадження інформаційних систем логістики.

Одним із найважливіших аспектів прийняття рішення про вибір системи автоматизації логістичних процесів або проведення проекту оптимізації логістичних процесів є оцінювання обсягу інвестицій, які необхідно залучити для впровадження інформаційної системи або проекту оптимізації та забезпечення ефективного функціонування логістичної системи. Ґрунтовна оцінка інвестицій у впровадження системи автоматизації логістичних процесів дає можливість підприємству здійснити оптимальний вибір рішення програмно-апаратного комплексу та забезпечити найбільшу віддачу від інвестованих коштів.

Таким чином і функціонування його структурних підрозділів вимагає постійного вдосконалення, оновлення, реорганізації, пошуку нових способів управління і ведення бізнесу. У структурі діяльності підприємств логістична діяльність займає особливе місце, зважаючи на той факт, що саме там можна досягти конкурентних переваг у витратах, в часі обслуговування та у доданій вартості для клієнта. На сьогодні все більш важливим стає вдала організація логістичних процесів, адже логістичні витрати можуть сягати 11% в структурі ВВП країни [1, с.251]. Відомо, що скорочення логістичних витрат на 1% еквівалентне близько 10% збільшення обсягів продажу. Наприклад, лише витрати на транспортування можуть становити до 24% собівартості окремих видів продукції в Україні [2], що становить 57,5% в структурі загальних логістичних витрат [1, 3]. Це величезні кошти, за які варто поборотись. Саме тому проведення інноваційної політики в логістичній діяльності підприємства заслуговує на особливу увагу і потребує наукових напрацювань та практичного застосування.

Дослідження даної проблеми частково окреслили в своїх працях вітчизняні і зарубіжні науковці, а саме: Н.Чухрай [4], О.Кузьмін [5], І.Шумпетер, В.Довбенко [6], М.Офік [7], О.Рикаліна [8]. Проте розвиток науки і техніки є невпинним і на світ появляються нові винаходи, які можна застосувати для збільшення ефективності логістичної діяльності підприємства, саме тому обрана тема і надалі потребує детального вивчення.

З розвитком міжнародних стандартів товароруху збільшується і потреба в якісних логістичних послугах. В умовах насиченості споживчого ринку товарами, обмеженості купівельної спроможності і фінансового дефіциту у багатьох компаній-виробників гостро постає питання про збереження своїх позицій на ринку за рахунок підвищення ефективності роботи, яка обумовлена не тільки оптимізацією своїх внутрішніх процесів, але і в першу чергу здатністю забезпечити своєчасну поставку потрібного товару в потрібному місці і необхідному споживачеві, визначеної якості з мінімальними витратами.

Для здійснення цих завдань необхідно вміти правильно застосовувати інструменти планування, формування та переміщення матеріальних потоків, іншими словами: грамотно побудувати і скоординувати логістичні процеси, пов'язані як з виробництвом, так і зі збутом продукції. Сучасні умови вимагають комплексного інноваційного підходу до зберігання і обробки продукції [9].

Для сучасного складського комплексу одним з основних завдань є ефективна організація процесу технологічного розвитку, впровадження WMS (англ. Warehouse Management System). WMS – спеціалізована програмна платформа для автоматизації різних типів складів, у тому числі територіально розділених. Включає в себе засоби для управління топологією складу, параметрами товарної номенклатури, планування складських операцій, управління ресурсами, застосування різних методик зберігання і обробки вантажів. Система дозволяє управляти складської логістикою в рамках різних технологічних процесів (прийом та відвантаження товару, внутрішні переміщення) в реальному часі. За допомогою автоматизації складу досягається висока оборотність складу, здійснюється швидка комплектація партій товару, відвантаження їх споживачам. Голосова технологія в процесах комплектування продукції (Pick-byVoice) – це об'єднані в один комплекс для виконання певних робіт люди і системи обладнання. З їх допомогою працівники складів і оптових баз можуть підтримувати безпосереднє спілкування з системами управління складом (WMS), передавати інформацію без оформлення її в електрон- ному або паперовому вигляді та узгоджено виконувати цілий ряд най- важливіших складських операцій [10]

У голосових системах застосовується два методи перетворення текстових команд в мову, яку чує оператор: "Текст в мову" (Text-toSpeech, TTS) та "Цифровий запис промови" (Digitized Speech). "Текст в мову" – найбільш широко використовувана сучасна технологія відтворення мовних команд у голосових системах. Як випливає з її назви, програмне забезпечення системи TTS перетворює текстові команди, що надходять від WMS, у результаті синтезу (генеруються комп'ютером) голосові команди, які містять вказівки операторові, у тому числі головні: де саме слід комплектувати наступне замовлення і кількість продуктів, які підбираються. Голосова команда, що генерується комп'ютером, звучить як усім знайомий голос з телефону, що повідомляє про неправильно набраний номер, або голос автомобільної навігаційної системи, тому оператори звикають до голосу за лічені хвилини. Більшість операторів щодня працюють з цією системою, воліють одержувати інформацію дуже швидко, тому голосова система повинна мати простий і зрозумілий регулятор темпу мови. Коли оператор стає більш досвідченим або, якщо того вимагає характер виконуваної роботи, він може самостійно збільшувати темп надходження команд. Завдяки такій гнучкості системи збільшується продуктивність праці, причому точність виконання завдань при цьому не страждає. Пристрої перетворення тексту в мову здатні працювати на багатьох

мовах, завдяки чому кожен член багатонаціонального колективу може отримувати інформацію на зрозумілій йому мові, регулюючи до того ж і темп мови. Так, у багатьох існуючих голосових системах пристрої перетворення тексту в мову "знають" до 14 мов [11].

Отже, при впровадженні підприємствами інноваційної діяльності, зокрема в логістиці, варто користуватись не лише власними силами, тобто потенціалом підприємства, але здійснювати пошук і у зовнішніх джерел генерації ідей.

В результаті проведених досліджень було встановлено, що логістична діяльність кожного підприємства потребує постійного розвитку і вдосконалення, але при цьому глибокого вивчення усіх можливих факторів впливу і індивідуалізації кожного нововведення. Наука розвивається, появляються нові винаходи техніки, які успішно в застосовують логістиці, що суттєво спрощує виробництво і підвищує ефективність логістичної діяльності підприємства. В логістиці завжди існує конфлікт: гроші або час (trade off), тоді як за рахунок інновацій в логістиці можна досягнути ефекту «trade up» — скоротити і гроші (витрати) і час та ще й додати доданої вартості клієнту. Враховуючи, що сьогодні світ охопила криза, то інноваційні введення на підприємстві як ніколи раніше дозволять зміцнити конкурентні позиції сильніших підприємств і усунути з ринку більш слабші, що також позитивно вплине і на якість продукції, що є позитивним для покупця.

Список використаної літератури

1. Крикавський Є.В. Логістичне управління: Підручник. — Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2005. — 684с.
2. Украина остается одной из рисковых стран региона для интермодальных операторов // Транспорт і логістика — 2011. — №8(40).
3. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: Підручник. — Львів: Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інституту післядипломної освіти) «Інтелект-Захід», 2004. — 416с.
4. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення: Монографія. — Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2002. — 316 с.
5. Кузьмін О. Є. Управління інноваційним процесом на підприємствах: проблеми і шляхи їх розв'язання / О. Є. Кузьмін, С. В. Князь, Л. І. Мельник // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2005. – № 2. – С. 371-382.
6. Довбенко В.І. Вибір напрямків інноваційного розвитку підприємств за умов змін стану ринку // Вісник. — Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. — № 690.

7.Офік М.П. Місце і принципи кооперування в системі інноваційного розвитку машинобудівного підприємства // Вісник. — Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. — № 691.

8.О.Рыкалина Теоретико-методические основы логистики инновацый // Логыстика — 2011. — №1.

9. Инновации в логистике. Что? Где? Зачем? // Вестник — 2011. — №1(43).

10. Протасов С. Pick-by-Voice – технологія третього тисячоліття / С. Протасов // Склад і Техніка. – 2006. – № 3. – С. 11–15.

11. Системы управления складом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.tadviser.ru/index.php/WMS.

Десик Ярина Володимирівна
студентка
Науковий керівник:
Сторожук Олександр Володимирович
к.е.н., доцент, доцент кафедри митної справи
Університет державної фіскальної служби України

МИТНА ПОЛІТИКА ЯК СКЛАДОВА МИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Держава в особі митних органів впливає на інших суб'єктів митних відносин, які причетні до переміщення товарів та транспортних засобів, з метою підпорядкування їхніх дій своїм економічним інтересам, запускає механізм митного регулювання, який реалізовується через митну справу.

На даний час немає єдиного підходу до поняття «митна політика». Її визначають і як «систему заходів, правил, процедур», і як «функцію, механізм регулювання», і як «комплекс напрямків, стратегічну лінію», і «як загальні принципи зовнішньої торгівлі держави на відповідний період часу», і як «інструмент митних відносин», і як «засіб коригування й використання механізму митного регулювання».

Митна політика – система орієнтирів (рамкових стандартів) митного регулювання, зорієнтована на забезпечення економічних інтересів і цілей держави (рис.1).

До цілей митної політики відносять забезпечення національних митних інтересів держави та їх безпеки [1, с.31]. Виходячи з даних цілей, виділяють наступні функції митної політики:

–фіскальна;
–економіко-регуляторна;
–захисна;
–контрольно-організаційна;
–інформаційно-статистична;
– міжнародно-політична.

Важливу роль у регулюванні відіграє механізм митної політики. Під ним слід розуміти сукупність інститутів, що беруть участь у формуванні та реалізації митної політики (інституціональна складова), а також набір форм і методів її реалізації, порядок використання компетентними державними органами інструментів митного регулювання (функціональна складова) [2, с.157].

–

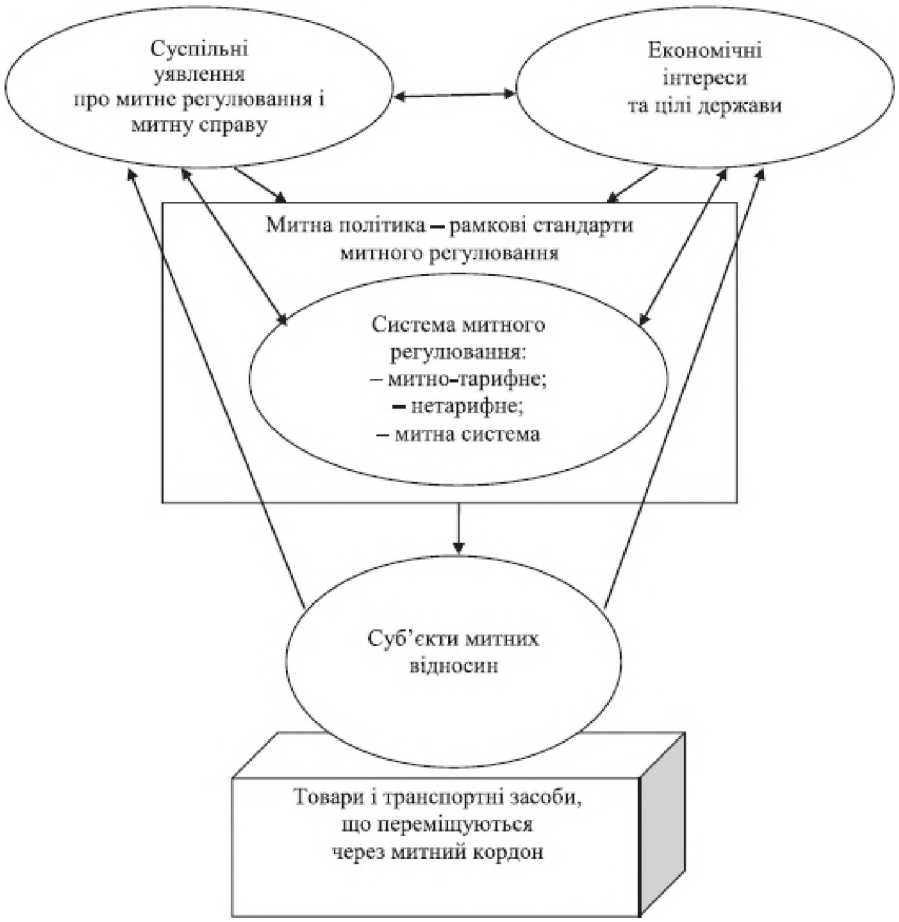


Рис. 1. Митна політика як складова митного регулювання

Механізм формування та реалізації митної політики працює таким чином: на етапі формування митної політики суспільні уявлення про митне регулювання та митну справу у взаємозв'язку та взаємозалежності з

економічними інтересами і цілями держави впливають на визначення орієнтирів (рамкових стандартів) митного регулювання [3, с.81]. У межах визначеної митної політики формується система митного регулювання, яка, окрім механізмів митно-тарифного та нетарифного регулювання, включає в себе митну систему. Відповідно, держава в особі митних органів та інших суб'єктів митних відносин, причетних до переміщення товарів та транспортних засобів, з метою підпорядкування їхніх дій своїм економічним інтересам, запускає механізм митного регулювання, який реалізується через митну справу.

Отже, митна політика реалізує економічні та політичні цілі, які визначаються державним устроєм, чинною законодавчою базою та соціально – економічним напрямом розвитку суспільства.

Список використаної літератури

1. Митна енциклопедія: У двох томах. Т.2/: Редкол.: І.Г. Бережнюк (відп. ред.) та ін. – Хмельницький : ПП Мельник А.А., 2013. – 536 с. – (Митна справа в Україні. Т. 23).

2. Левко М. М. Митно – тарифне регулювання в системі забезпечення економічної безпеки держави: Автореф. дис. кандидата економ. наук: 21.04.01 / М. М. Левко / Львівський державний університет внутрішніх справ. – Львів, 2016. – 215 с.

3. Кормич Б. А. Класичні форми митної політики: зміст та історія формування [текст] / Б. А. Кормич // Митне право. – 2016. - № 2. – С. 76 - 86.

Дрюк Анна Володимирівна,
студентка 4 курсу
Київського національного торговельно-економічного університету

КРАУДФАНДИНГ ЯК НОВИЙ СПОСІБ ІНВЕСТУВАННЯ

В умовах розвитку процесів інтеграції та глобалізації ефективність функціонування суб'єктів господарювання значною мірою залежить від можливостей створення дієвих методів формування та використання фінансових ресурсів. Розвиток інформаційних технологій визначає доцільність пошуку сучасних методів фінансування господарської діяльності та зумовлює появу нових форм інвестування.

У сучасній світовій економіці ефективним інструментом інвестування стає краудфандинг. Він є простим, доступним та дієвим інструментом формування раціональних фінансових відносин для суб'єктів господарювання,

домогосподарств, окремих фізичних осіб. Більшість краудфандингових проектів у розвинутих країнах направлені на фінансування інноваційних проектів. Краудфандинг є сучасним засобом врахування інтересів учасників у ході виникнення фінансових відносин, розвиток якого належить до перспективних глобальних змін. Краудфандинг активно почав розвиватися в останнє десятиліття. Одними з перших його учасників прийнято вважати американські портали LendingClub.com і Prosper.com. Американські та європейські методи краудфандингу виникли як наслідок сформованої роками культури інвестування.

Для України таке явище є новим, але перспективним. Наукові підходи до розкриття сутності краудфандингу, механізмів його реалізації та ролі у формуванні досконалих фінансових відносинах знаходяться на першочерговим етапах розвитку. Краудфандинг (від англ. crowdfunding: crowd – натовп, funding – фінансування) – новітня технологія залучення коштів великої кількості інвесторів – користувачів Інтернет для фінансування різноманітних проектів. Його використання забезпечує залучення через мережу Інтернет фінансових ресурсів спільнот чи груп людей для реалізації різноманітних ідей та проектів, в т.ч. переважно стартапів. На рівні практично однакових ризиків та складності, такі проекти забезпечують більш високі прибутки в порівнянні з рештою, що включають програми енергозбереження, комерційної нерухомості, автокомпонентів, охорони здоров'я, утилізації відходів, космосу, сервіси допомоги, бізнес по франшизі, сільське господарство та геологорозвідка [4].

Тенденції на ринках фінансових ресурсів свідчать про те, що використання сучасних інформаційних технологій перетворює краудфандинг на дієвий інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку в різних сферах життя суспільства [1]. Краудфандинг – розподіл завдань для великої групи людей через публічні оголошення [2]. Він створює можливості для детального вивчення аудиторії, достовірної оцінки потреб і перспективності створюваної ідеї. Соціальні мережі грають не останню роль в розвитку і просуванні краудфандингу. Створені інтернет-портали допомагають сформулювати максимально повний опис проекту та найбільш повно обґрунтувати потреби у фінансуванні.

Сучасними дослідниками краудфандинг розкривається з урахування існуванням двох напрямів: 1) з позиції бачення краудфандингового проекту (бізнес-проект, креативний, політичний, соціальний); 2) з позиції залучення коштів інвестора (пожертвування, нефінансова винагорода, фінансова винагорода, повернення боргу).

В результаті його визначальними рисами є такі:

- мікрофінансування. Формує можливості вкладення коштів широким колом осіб та розкриває умови соціального інвестування;
- фінансування проектів у реальному часі в глобальному віртуальному просторі. Відображає практичну відсутність будь-яких бар'єрів між донорами та об'єктами фінансуванні;

- масовість. Полягає в тому, що до процесу краудфандингу залучається велика кількість як об'єктів соціального інвестування, котрі пропонують певні проекти, так і суб'єктів – донорів, які фінансують проекти;
- відсутність посередників. Забезпечує наявність прямого зв'язку між потенційними інвесторами та розробниками інвестиційного проекту;
- мінімізація фінансових ризиків. Створює умови для мінімальних втрат інвесторів через незначні суми вкладень. Хоча підприємницький ризик може зростати із-за можливостей шахрайства;
- оптимізація трансакційних витрат на організацію фінансування інвестиційного проекту;
- узгодженість соціальних інтересів. Визначає особливу роль соціальних мереж, в межах яких попит на проекти формується під впливом інтересів, смаків, переваг конкретної економічної спільноти.

В Україні краудфандинг знаходиться на стадії становлення. У 2012 році з'явилася перша вітчизняна краудфандингова платформа "Спільнокошт". За перші два роки "Спільнокошт" допоміг зібрати своїм користувачам 3,8 млн грн. Здебільшого на базі цієї платформи організовувалося фінансування соціальних, культурних та екологічних проектів. Тільки нещодавно ця компанія почала організовувати збір коштів для реалізації технологічних новинок. На початку 2013 року почала свою роботу друга в Україні краудфандингова компанія "NaStarte". За її сприяння збираються кошти на фінансування проектів у сфері культури, спорту, комп'ютерних ігор та новітніх технологій. Ця платформа має більш комерційне спрямування, ніж "Спільнокошт". Майже 90% усіх розміщених на базі "NaStarte" проектів - комерційні [3].

Загалом український ринку краудфандингу потребує удосконалення та розвитку. Акумулювати кошти на реалізацію амбіціозного високотехнологічного проекту, стартапу з продуктом, який буде орієнтовано на західний чи азіатський ринок на українських платформах практично неможливо. В результаті для реалізації інноваційних ідей доводиться користуватися послугами європейських та американських краудфандингових компаній.

Така ситуація обумовлена певними суб'єктивними та об'єктивними причини. Основними з них є відсутність спеціального законодавства щодо регулювання фінансових відносин, обмежені можливості переведення електронних грошей, низький рівень довіри до стартапових проектів, нерозвиненість умов соціальної відповідальності бізнесу.

Таким чином, використання сучасних інформаційних технологій перетворює краудфандинг на дієвий інструмент фінансування інвестиційних проектів у всіх сферах функціонування економічного життя суспільства. Розвиток краудфандингової інфраструктури в Україні є необхідною умовою у напряму забезпечення ефективного функціонування вітчизняних підприємств та активізації інноваційних процесів в економіці країни.

Список використаної літератури

1. Петрушенко Ю. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку / Ю. Пе- трушенко, О. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 1. – С. 172–182..
2. Прахалад К.К. Пространство бизнес-инноваций: создание ценности совместно с потребителем / К.К. Прахалад, М.С. Кришнан. – М.: Альпина Паблишер: Издательство Юрайт, 2012. – 258 с.
3. Офіційний сайт інвестиційного порталу InVenture [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://inventure.com.ua/news/ukraine/kraudfanding_v_ukraine_) s_miru_po_dollaru
4. Кушнір С. О. Краудфандінг як одна з реальних можливостей фінансування стартапів та перспективи його розвитку в Україні / С. О. Кушнір. // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – №13. – С. 132–135.
5. Тульчинська С.О. Особливості краудфандингових платформ як різновиду інвестування /С.О. Тульчинська, О. С. Солосіч, М. О. Голуб. //Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – 2017. – № 19. – С. 132–140.

Дубук Роман Вячеславович,
студент VI курсу групи ЕМУ-16-1
ННІ економіки, оподаткування та
митної справи *УДФСУ*
Науковий керівник:
Мельничук Ганна Сергіївна
к.е.н., доцент кафедри економіки
підприємства

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

В сучасних умовах нестабільності економічного середовища господарювання підприємствам, з метою досягнення визначених цілей розвитку та втримання лідерських позицій на ринку, необхідно постійно розвиватись та вдосконалювати власну діяльність задля забезпечення належного рівня конкурентоспроможності. Саме конкурентоспроможність є індикатором успіху підприємства на ринку, свідченням прихильності споживачів до продукції підприємства. Тому одним із ключових завдань керівництва є пошук резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства та продукції.

Забезпечення конкурентоспроможності підприємств певної галузі має свої специфічні особливості. Зокрема, забезпечення конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі насамперед потребує врахування того факту, що виробництво хліба та хлібобулочних виробів відіграє значну соціальну та стратегічну роль в державі, оскільки задовольняє продовольчі потреби населення.

Конкуренція на ринку хлібобулочних виробів в Україні досить інтенсивна. Для продукції хлібопекарської галузі виділяються три основні види конкуренції на таких рівнях як: підприємств-виробників; ритейлу та закладів торгівлі і споживачів. При цьому основна конкурентна боротьба на рівні підприємств-виробників ведеться між великими хлібозаводами та міні-пекарнями.

Особливістю ринку хліба є його локальний характер через нетривалий термін зберігання продукції. Тому основна увага підприємств зосереджується на місцевих конкурентах. Перемогти на ринку підприємства намагаються як за рахунок боротьби за існуючі ніші, так і шляхом створення нової продукції.

До зовнішніх чинників бізнес-середовища, що негативно впливають на рівень конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств, розвиток галузі в цілому, дослідники відносять наступні: диспаритет цін на ресурси хлібопекарських підприємств та їх продукцію як наслідок державного регулювання цін на соціальні сорти хліба; невідповідність нормативно-правової бази вимогам внутрішнього ринку; недосконалість механізму фінансової підтримки хлібопекарських підприємств; неефективність галузевої програми розвитку виробників; непропорційний розподіл цільового борошна між регіонами країни; функціонування тіньових виробників та підприємств з прихованою діяльністю на ринку хліба та хлібобулочних виробів [1, с. 244].

На підставі аналізу тенденцій розвитку хлібопекарської галузі науковцями розроблено трирівневу структуру проблем забезпечення конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі, яка включає такі рівні як: державний, регіональний та рівень підприємства.

До проблем державного рівня належать: державне регулювання цін та рівня рентабельності хлібопекарських підприємств; обмеженість обсягу борошна Аграрного фонду для виробництва соціального хліба; відсутність державної підтримки щодо оновлення основних засобів хлібопекарських підприємств (пільгове кредитування); відсутність лояльного інвестиційно-інноваційного клімату для розвитку хлібопекарських підприємств; нормативно-правова база, яка потребує оновлення відповідно до політико-економічних змін, що відбуваються в країні.

Проблеми регіонального рівня включають такі як: низький рівень лобіювання інтересів місцевих виробників хлібопродуктів на державному рівні; відсутність програми розвитку хлібопекарської галузі на регіональному рівні та розробки ефективних рішень і дій для аналогічної програми державного рівня; слабкий розвиток інфраструктури та логістичної системи регіону.

Забезпеченню конкурентоспроможності хлібопекарської галузі на рівні підприємства перешкоджають наступні проблеми: висока собівартість продукції; відсутність складських приміщень для закупівлі та зберігання необхідної кількості зерна у період збирання врожаю за доступною ціною; неефективна система контролю на підприємстві; слабка інвестиційно-інноваційна складова діяльності підприємства; відсутність ефективної маркетингової діяльності хлібопекарських підприємств; слабка взаємодія сільськогосподарських виробників сировини, переробних підприємств, торговельних посередників, постачальників на основі кооперації; конкуренція виробників хлібобулочних виробів інших областей на ринку; використання застарілого обладнання [2, с. 123].

Аналіз стану вітчизняних підприємств хлібопекарської галузі засвідчує, що останнім часом спостерігаються негативні тенденції їх діяльності, зокрема такі: виробничі потужності підприємств використовуються лише на 40-65 %; значна частина матеріально-технічної бази спеціалізованих хлібопекарських підприємств морально застаріла та фізично зношена (зношеність обладнання складає 60-80 %); зростання витрат на сировину, матеріали та енергоресурси, брак обігових коштів негативно впливає на здатність підприємства оновлювати його матеріальну базу сучасним прогресивним устаткуванням та впроваджувати новітні технології.

З урахуванням окреслених проблем забезпечення конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств в сучасних умовах можна реалізувати шляхом:

– покращення якості сировини за рахунок більш досконалих технологій її отримання та зберігання, розширення сировинної бази;

– приведення якості продукції у відповідність з європейськими та світовими стандартами;

– впровадження оновленого асортименту хліба та хлібобулочних виробів;

– розробки цінової стратегії для хлібобулочних виробів преміум-класу (продукція з додатковими властивостями, наповнювачами);

– використання високопродуктивних та енергозберігаючих технологій;

– раціоналізації використання усіх виробничих ресурсів;

– удосконалення системи підготовки та підвищення кваліфікації інженерно-технічних кадрів;

– удосконалення здобутої системи та створення гнучкої системи стратегічного управління;

– швидкого реагування на зміну та коригування потреб ринку [3, с. 244].

В цілому стратегічні перспективи підприємств хлібопекарської галузі потребують поєднання зусиль як підприємницьких структур, так і органів державної влади, що забезпечить створення реальних передумов для технологічного переозброєння підприємств, розширення асортименту продукції, врахування потреб різних категорій споживачів, досягнення максимально ефективного виробництва за рахунок зниження

матеріаломісткості та енергоємності продукції, впровадження новітніх технологій, що відповідають економічним, соціальним та екологічним вимогам.

Список використаної літератури

1. Ладико І. Ю. Аналіз стану підприємств хлібопекарської промисловості України [Електронний ресурс] / І. Ю. Ладико, Л. М. Ладико // Економіка. Менеджмент. Підприємництво: зб. наук. праць. Луганськ. – 2011. – №23 (І). – с. 244-330.
2. Федорова Т. В. Підвищення конкурентоспроможності підприємства хлібопекарської галузі: дис. к. е. н.: 08.00.04. / Федорова Тетяна Володимирівна – Житомир, 2015. – с. 247.
3. Федулова І. В. Управління розвитком інноваційного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості: [Монографія] / І. В. Федулова. – К.: Вид-во МРТ, 2006.

Духно Олександра Олександрівна,
студентка
Науковий керівник:
Митяй Світлана Анатоліївна
ст. викладач кафедри економіки підприємства
Університет ДФС України

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах в економіці об’єктивно ускладнюються завдання у сфері прийняття управлінських рішень у будь-якому масштабі. Усе складніше забезпечуються потреби підприємств у ресурсах, а відтак, фінансові результати зменшуються, їх обсяги ніяк не дозволяють розвиватися. Підприємства змушені здійснювати пошук нових шляхів і резервів підвищення прибутковості, змінювати бізнес-пріоритети, розробляти стратегії та реалізовувати їх ефективніше. Усе це впливає на формування прибутку, а його обсяг все без винятку частіше розглядається як привабливий об’єкт капіталізації. Тобто прибуток підприємства можуть накопичувати, щоб використовувати з метою реалізації перспективних інвестиційних проектів чи міра забезпечення внутрішньої мотивації персоналу, частину його розподіливши між ними.

Разом з тим, ефективне функціонування підприємств в умовах розвитку ринкових відносин пов’язане із забезпеченням раціонального співвідношення між затратами та висновками їхньої діяльності, знаходженням більш

раціональних видів застосування інвестиційного капіталу. Таким чином, на підприємствах має проходити постійний пошук засобів та інструментів ефективного управління формуванням і використанням прибутку, який прийматиме ознаки інвестування в розроблення та реалізацію перспективних проектів. Очевидно, що прибуток який отримаємо слід розподіляти на об'єкти, вартість яких буде збільшуватися та забезпечуватиме високу ефективність його використання. Усе це потребує виявлення нових інструментів, які будуть відповідати сучасним вимогам господарської діяльності підприємств і їх застосування ніяк не збільшуватиме витрати, а забезпечить оптимальність ресурсів для підвищення ефективності управління формуванням і використанням прибутку.

Обираючи інструменти з метою підвищення ефективності управління формуванням і використанням прибутку, необхідно враховувати важливість забезпечення їх інтеграції із загальним порядком управління підприємством, оскільки прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері господарської діяльності безпосередньо або опосередковано впливає на рівень прибутковості, який, своєю чергою, є основним джерелом капіталізації розвитку та зростання загальних фінансових результатів. Відповідно, під час розроблення системи управління процесами формування та використання прибутку важливим є системний підхід, що базується на врахуванні тактичних і стратегічних аспектів акумулювання внутрішніх фінансових ресурсів, які можна буде спрямовувати на максимальне задоволення господарських потреб як у коротко-, так і в довготерміновому періодах [1, с. 152–154; 5, с. 102–103; 8, с. 77–48].

Привабливим інструментом з ціллю підвищення ефективності управління формуванням і використанням прибутку є економічна та соціальна політика держави, яка сильно впливає на ефективність суспільного виробництва. Основними її елементами є:

- практична діяльність владних структур;
- різноманітні види законодавства;
- фінансово-кредитні операції;
- економічні правила та нормативи (регулювання доходів і оплати праці, контроль за рівнем цін, ліцензування окремих видів діяльності);
- ринкова, виробнича і соціальна інфраструктура;
- макроекономічні структурні зміни;
- програми приватизації державних підприємств;
- комерціалізація організаційних структур виробничої сфери.

Важливою передумовою підвищення ефективності управління формуванням і використанням прибутку є високий рівень розвитку мережі різних інституцій ринкової та фінансово-кредитної інфраструктури. Усі підприємницькі структури використовують послуги інноваційних фондів і комерційних банків, бірж та інших інститутів ринкової інфраструктури. Але,

безпосередній вплив на результати діяльності підприємства справляє високий розвиток ринкової інфраструктури.

Окрім того, структурні зміни в суспільному житті також впливають на показники підвищення ефективності управління формуванням і використанням прибутку на різних рінях функціонування підприємства, а особливо на його ринкову вартість. Одними за найважливішими є структурні зміни економічного та соціального характеру. Головні з них проходять в таких сферах: склад і технічний рівень основних засобів; масштаби діяльності; склад персоналу за ознаками статі, освіченості, кваліфікації. Лише якісне використання всієї системи перелічених чинників може забезпечити підприємству достатньо високі темпи зростання прибутковості. При цьому не обов'язково урахувати зовнішні чинники які не є такими важливими, як внутрішні чинники [2, с. 161–167; 4, с. 230–232; 6, с. 209–215].

Для того щоб рівень прибутковості удосконалювався і покращувався , на підприємстві потрібно проводити заходи тільки в такому порядку:

— організаційні (удосконалення виробничої структури, удосконалення організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо);

— технічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів,що виробляється)

— економічні важелі та стимули (удосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці,прискорення обігу оборотних коштів тощо).

Якщо вже з самого початку проводити зміни не в такому порядку, то позитивні результати у ефективності діяльності будуть малопомітними, або їх не буде взагалі.

Економіста Супрун С. Д., вважав що збільшенню прибутку та показників рентабельності сприятиме підвищення конкурентоспроможності своєї продукції за рахунок скорочення частки пасивних фондів у загальній вартості основних фондів та зменшення адміністративно-управлінських витрат [3 , 2002. — 192 с.].

З метою підвищення обсягу прибутку доцільно скоротити всі витратні статті, а саме: зменшити транспортні та логістичні витрати; покращити систему збуту; збільшити продуктивність праці; підприємству необхідно зменшити витрати на виробництво та збут продукції. Показники рентабельності є важливими характеристиками формування прибутку підприємств. Тому їх потрібно обов'язково навести при проведенні порівняльного аналізу і оцінці фінансового стану підприємства.

Від досконалих форм і методів розподілу прибутку залежить зацікавленість підприємств та багатьох працівників у постійному зростанні й покращенні виробництва та збільшенні його ефективності. Саме прибуток є основним джерелом матеріального забезпечення працівників підприємств, власників акцій, підприємців і менеджерів.

Список використаної літератури

1.Васильців Т. Г., Марчишак М. В. Прибуток підприємства: особливості його формування та використання у ринкових умовах. Науковий вісник НЛТУ України. 2012. Вип. 22.2.С. 152–156.

2. Васильців Т. Г. Напрями вдосконалення інституціонального базису мінімізації трансакційних витрат суб'єктів підприємництва в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2015.№ 10 (172). С. 160–169

3. Швиданенко Г. О., Олексюк О. І. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства. —К.: КНЕУ, 2002. — 192 с.

4. Лойко В. В. Економіка підприємства: навч. посібн. / В. В. Лойко, Т. П. Макаровська //– К.: КНУТД, 2015–267 с.

5. Економічний аналіз господарської діяльності. / В. І. Іващенко, М. А. Болюх — К.: ЗАТ «Нічлава», 2012. — 215 с.

6. Гурочкіна В.В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та система захисту./ В.В. Гурочкіна// Економіка: реалії часу. – 2015. – № 5. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://economics.opu.ua/files/archive/2015/No5/51.pdf

Дьомена Анжеліка Русланівна
студентка
Науковий керівник :
Слюсарева Людмила Валеріївна
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

РОЛЬ ЕТИКЕТКИ В ПРОСУВАННІ ТОВАРУ НА РИНКУ

На сьогоднішній день набуває актуальності тема ексклюзиву в упаковці, і ця тематика не може не торкнутися й етикетки, яка вже давно стала важливим атрибутом ринкової економіки – вона використовується як засіб комунікації між виробником товару і його споживачем, і може бути як елементом оформлення упаковки, так і самостійним способом ідентифікації товару.

Найвагоміші напрацювання у даному напрямку мають наступні зарубіжні та українські вчені, а саме Р. Стентон Ейвери, М .Колос, Е. Кудряшева, Говард Шульц, Патрик Дойл,Шредер В.Л.

Шредер В.Л. у статті «Рождение маркировки и этикетки. Истоки етикетки как элемента упаковки» наводить визначення таких понять, як марка, маркування, етикетка, ярлик та виявляє їх історичні корені виникнення та функції призначення.[6]

Законодавство України надає наступне визначення: «етикетка–бірка, напис, ярлик, що містить малюнки чи написи, написані, надруковані, нанесені за допомогою трафарету, витиснені або вдавлені та прикріплені до одиниці упаковки з харчовими продуктами».

В Законі України "Про безпечність та якість харчових продуктів" в статті 38[2], визначає наступний зміст етикетування харчових продуктів: назва харчового продукту; назва та повну адресу і телефон виробника, кількість нетто харчового продукту у встановлених одиницях виміру, склад харчового продукту у порядку переваги складників ,калорійність та поживну цінність із вказівкою на кількість білка, вуглеводів та жирів, кінцева дата споживання «Вжити до» або дату виробництва та строк придатності, номер партії виробництва; умови зберігання та використання, застереження щодо споживання харчового продукту.

Таким чином, на етикетці обов'язково повинні бути вказані: найменування, адреса виробника, імпортера, інша контактна інформація; найменування товару і його споживацьких властивостей (склад, об'єм, сорт, харчова цінність, енергетична цінність, умови зберігання, спосіб вживання і ін.); стандарти, на підставі яких цей продукт проведений; термін виготовлення і термін придатності товару.

Розглянемо основні складові етикетки на прикладі торгової марки Олейна та визначимо, яку роль вона відіграє у просуванні товару на ринку.

Торгова марка Олейна пройшла екологічну сертифікацію згідно міжнародних стандартів і наразі є єдиною соняшниковою олією в Україні, яка отримала екологічний сертифікат.

Крім того, екологічно сертифікована продукція не містить ГМО та харчових домішків не натурального походження, відповідає високим стандартам якості та вимогам до пакувальних матеріалів.[1]

Таким чином, компанія-виробник отримала додаткові конкурентні переваги на олійно-жировому ринку України.

Екологічне маркування вказує на переваги продукції відносно її впливу на стан здоров'я людини та турботи про довкілля, що підтверджено сертифікацією згідно з міжнародним стандартом ISO 14024. Даний сертифікат визнається в 60 країнах. Це дає можливість підприємству-виробнику працювати на міжнародних ринках, враховуючи той факт, що близько 70% соняшникової олії торгової марки «Олейна» вирушає на експорт. Таким чином, розширюються ринки збуту для підприємства та його торгової марки.[5]

Розглянемо основні складові етикетки олії торгової марки«Олейна», що представлена на українському ринку.

Етикетка має зелений колір – основний(нерафінована олія). Даний колір символізує молодість, свіжість відроджуваної природи. На підсвідомому рівні символізує натуральність, еко-продукцію. Блакитний колір – основний (олія рафінована) колір як символ контролю (рафінована це додаткове очищення), «серйозності» продукту [4]. Жовтий соняшник-відображає сутність продукту

відповідно як соняшникової олії. Білий шрифт, як колір, на психологічному рівні символізує чистоту, в даному прикладі може підкреслювати екологічність продукту. Товаром-конкурентом є продукція «Стожар» яка має червоний колір етикетки, який безумовно , візуально першим захоплює увагу але інтуїтивно асоціюється з агресією, забороною тому в порівнянні двох продуктів переважає Олейна [4]. Штрих-код відображений на етикетці 482 – Україна. На етикетці знак екологічної сертифікації у вигляді молодої рослини, свідчить про те, що олія: виготовлена з відбірного насіння, виробництво її засноване на сучасних технологіяхізбережена природна користь насіння.

Олейна має нейтральну, легкозапам'ятовувану назву, на відміну від «Стожар», «Щедрий дар», «Чумак золотий», тут відіграє роль і те, що споживач може без проблем уявити назву зображену англійськими буквами , в українській мові даного слова немає, воно вигадане з метою назви продукту. Назва продукту написана на білому фоні, літери не мають гострих форм, це створює візуальну гармонію, фігура з заокругленими кутами є легшою для сприйняттямозком,напідсвідомомурівнілюдинасхильнауникатигострихкутів тому що в природі вони є небезпечними .

Художньо оформлена рекламна упаковка є також носієм певної естетичної інформації. Інформація, представлена в рекламній упаковці, повинна бути достатньою для того, щоб привернути увагу споживача і дати йому вичерпну інформацію про упакований продукт, оформлення упаковки не повинно бути занадто багатослівним, ускладненим, щоб не перевантажувати свідомість споживача [1].

Отже, упаковка здатна не тільки залучати до себе увагу а й відрізняти від конкурентів. Етикетка та упаковка на сучасному ринку стали найважливішою частиною маркетингової стратегії. Вони виконують роль постійного комунікатора і безкоштовно доносять рекламні послання товару до споживача.

Нарешті, упаковка здатна переконати покупців перейнятися довірою до самого товару. Отже, упаковка створюється для того, щоб полегшити покупцеві процес прийняття рішення. Кінцева мета полягає в створенні торгової марки максимально узгодженою з потребами покупця. Тому наскільки правильно це буде зроблено, настільки компанії вдасться заощадити свої кошти на подальше просування товару і підвищити рівень продажів.

Список використаної літератури

1. [Електронний ресурс]-*режим доступу до електронного ресурсу* - http://uareferat.com/Роль_етикетки_та_упаковки_у_просуванні_товарів
2. Цивільний Кодекс//Закон України "Про безпечність та якість харчових продуктів" стаття 38 [3]
3. Про екологічне маркування/Офіційний сайт//*Еколейбел-Режим доступу до ресурсу* :http://www.ecolabel.org.ua
4. *Кравков С. В*. О взаимодействии органов чувств /*С.В Краков* //Исследования по психологи восприятия.
5. Офіційний сайт ТМ «Олейна»-*Режим доступу до ресурсу*:http://oleina.ua

6. *Шредер В.Л.* Рождение маркировки и этикетки. Истоки етикетки как элемента упаковки / В.Л. Шредер // Мир упаковки – 2005 – № 40. – С. 68-69.
7. *Ганоцька, О.* Дизайн споживчої упаковки в Україні: Сучасні прийоми та засоби [Текст] / *О. Ганоцька* // МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія. — 2009. — Вип. 6. — С. 63–68. — *Режим доступу до ресурсу*: \www/URL: http://nbuv.gov.ua/ j-pdf/Mist_2009_6_12.pdf

Єфимов Єгор Володимирович
студент
Науковий керівник:
Митяй Світлана Анатоліївна
ст.викладач кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТРАКТУАННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ» ПІДПРИЄМСТВА

В умовах вітчизняної економіки, що характеризується нестабільністю внутрішніх та зовнішніх економічних факторів, постає першочергове завданя - формування та оцінювання поточних перспективних можливостей підприємства, його потенціалу. Важливою складовою загального потенціалу підприємства виступає ресурсний його потенціал. Як показали результати дослідження у сучасних умовах господарювання механізм управління ресурсним потенціалом підприємств не повністю відповідає завданням підвищення його ефективності, отримання високих остаточних результатів, подальшого розвитку. Крім того, існує проблема обмеженості ресурсів.

Основу категорії "ресурсний потенціал підприємства" становить загальна категорія "ресурси". Ресурси – це сукупність матеріальних і нематеріальних елементів, які прямо чи опосередковано беруть участь у виробничому процесі [1, с. 74].

Основні положення сучасної ресурсної теорії можна сформулювати як [4, с. 20–24]:

функціонування економіки розглядається з точки зору діяльності і взаємодії самостійних фірм;

успіх економічної діяльності фірми в стратегічному плані визначається її сталими конкурентними перевагами порівняно з іншими фірмами;

основним чинником надбання конкурентних переваг є наявність під контролем стратегічних ресурсів, тобто ресурсів, що надають можливості здійснювати реалізацію конкурентних стратегій;

ефективне використання цих ресурсів може бути забезпечене особливими якостями фірми, що відносяться до можливостей і здібностей.

В економічному контексті потенціал підприємства характеризує сукупність його моживостей. З одного боку, під потенціалом підприємства зазвичай розуміють сукупність чинників, які характеризують силу, джерела спроможності, кошти, запаси, ресурси та інші резерви, які можуть бути використані в економічній діяльності [5, с. 25]. З іншого, потенціал підприємства визначається якістю та кількістю ресурсів, що має підприємство, кваліфікацією персоналу, інноваційними, інформаційними й фінансовими спроможностями [3, с. 24].

Вивчення ресурсного потенціалу підприємства є необхідною складовою для підвищення ефективності його використання. Ресурсний потенціал грає важливу роль для ефективної роботи підприємства, оскільки він є засобом для отримання максимального прибутку і підвищення конкурентоспроможності. В етимологічному значенні термін «потенціал» – це засоби, запаси, джерела, які є в наявності та можуть бути мобілізовані, приведені до руху, використані для досягнення певних цілей, здійснення плану, вирішення якоїсь задачі, можливості окремої особи, суспільства, держави у певній області [6, с. 270]. В свою чергу, ресурсний потенціал підприємства – це сукупність матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових ресурсів, зокрема здатність робітників підприємства ефективно використовувати названі ресурси для виконання місії, досягнення поточних та стратегічних цілей підприємства [2, с. 56].

Слід зазначити, що ресурсний потенціал пов’язаний, насамперед, із характеристикою джерел ресурсів. До складу ресурсного потенціалу входять запаси природних, матеріальних, фінансових, інформаційних ресурсів і населення. Найпоширеніше трактування сутності ресурсного потенціалу підприємства полягає у сукупності природних умов і ресурсів, можливостей, запасів і цінностей, які можуть бути використані для досягнення певних цілей. Крім того, потенціал підприємства можна визначити як можливості господарської системи виробляти продукцію (що близько до його трактування як виробничої потужності) або як можливості продуктивних сил забезпечувати певний ефект, не уточнюючи, водночас, чи відповідає цей ефект поставленим цілям.

При цьому, інноваційний розвиток підприємства – це комплексний процес, що приводить у відповідність до зовнішніх внутрішні можливості підприємства на основі постійного пошуку і використання нових сфер і способів реалізації наявних і перспективних можливостей. Ефективна реакція протидії підприємства на виникаючі загрози має бути як миттєва (антикризисне управління), так і постійна (система економічної безпеки).[7]

Отже, потенціал підприємства характеризує сукупність його можливостей, з цієї точки зору, під потенціалом підприємства зазвичай розуміють сукупність ресурсів і можливостей, які можуть бути використані підприємством для досягнення певних цілей. Надзвичайно широке різноманіття підходів до розуміння сутності ресурсного потенціалу дало змогу вважати його багатоаспектним поняттям і надати розуміння ресурсного потенціалу як системи взаємопов'язаних різних видів ресурсів, які є у розпорядженні підприємства і можуть бути залучені до його господарської діяльності для максимального задоволення потреб споживачів, отримання прибутку та підвищення його конкурентоспроможності на ринку. Також таке різноманіття дає змогу краще зрозуміти як саме підвищувати ефективність його використання.

Врахування ресурсних можливостей, вибір правильного напряму спеціалізації підприємства дозволяє максимальною мірою використати ресурсний потенціал для реалізації соціально-економічних цілей розвитку. Таким чином, ресурсний потенціал акумулює в собі значну частку потенціалу промислового підприємства, основне його значення полягає у створенні нової вартості в процесі виробництва продукції, що забезпечує економічне зростання.

Список використаної літератури

1. Авдеенко В.Н. Производственный потенциал промышленного предприятия / В.Н. Авдеенко, В.А. Котлов. – М. : Экономика, 1989. – 240 с.

2. Ашимбаев Т.А. Экономический потенциал и эффективность его использования / Т.А. Ашимбаев. – Алма-Ата : Наука, 1990. – 256 с.

3. Бабина О.Є. Потенціал як системна економічна категорія / О.Є. Бабина // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 36. – С. 23–26.

4. Каталько В.С. Ресурсная концепция стратегического управления: генезис основных идей и понятий / В.С. Каталько // Вестник С.-Петербургского ун-та. Серия Менеджмент. – 2012. – № 4. – С. 20–42.

5. Гунина И.А. Экономический потенциал предприятия: сущность, содержание, структура / И.А. Гунина // Машиностроитель. – 2004. – № 11. –С. 24-28.

6. Большая Советская Энциклопедия. Т.34 / под ред. Б.А. Введенского. – М.: Советская Энциклопедия, 1975. – 656 с.

7. Гурочкіна В.В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та система захисту./ В.В. Гурочкіна// Економіка: реалії часу. – 2015. – № 5. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://economics.opu.ua/files/archive/2015/No5/51.pdf

Зварич Софія Іванівна
студентка 4 курсу групи МСБі-14-2
Університет державної фіскальної служби України
Науковий керівник:
Сторожук Олександр Володимирович
к.е.н., доцент кафедри митної справи

НАДХОДЖЕННЯ АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ ДО ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ З ІМПОРТОВАНИХ ПІДАКЦИЗНИХ ТОВАРІВ

Підвищення ролі митниці в забезпеченні фіскальної функції вимагає застосування нових контрольних заходів, які базуються на розширенні аналітичних прийомів, застосуванні системи оцінювання ризиків, проведенні постмитних перевірок. Тому ефективне та сумлінне виконання митними органами своїх обов'язків в контексті митного контролю щодо переміщуваних товарів через митний кордон України забезпечує зростання надходжень до державного бюджету. Особливу частку в них становлять надходження, що надійшли до державного бюджету внаслідок переміщення підакцизних товарів через митний кордон України, тому акцизний податок займає важливу позицію у формуванні державного бюджету.

Окремі питання, що стосуються проблем митного контролю та митного оформлення, знайшли своє відображення в працях цілого ряду дослідників, а саме: І. Бережнюка, К. Бондаренко, А. Войцещука, О. Гребельника, Ю. Дьоміна, М. Каленського, С. Ківалова, Б. Кормича, А. Мазура, а щодо переміщення підакцизних товарів через митний кордон - В. Назаренко, А.Павлова, С. Пахомова, П. Пашка, О. Полонського, К. Сандровського, С. Терещенка, Т. Тоцької, Р. Шишика, Ю. Шемшученко й ін.

Непряме оподаткування у складі трьох податків (податок на додану вартість, акцизний податок та мито) формує більше 40%, а акцизний податок - близько 10% доходів Зведеного бюджету України [1]

Суттєве зростання питомої ваги акцизного податку у 2016 році до 10,9% доходів Зведеного бюджету України відбулося, в тому числі, внаслідок запровадження акцизного податку з реалізації суб'єктами господарювання роздрібної торгівлі підакцизних товарів. У структурі загальних надходжень з цього податку до Зведеного бюджету України у 2016 році акцизний податок з роздрібної торгівлі підакцизними товарами склав більше 10%.

У структурі загальних надходжень із акцизного податку до Зведеного бюджету України в 2016 р. акцизний податок із ввезених підакцизних товарів становив близько 27% (рис. 1.). Це свідчить про належне виконання митними

органами своїх обов'язків щодо контролю переміщення через митний кордон України підакцизних товарів.

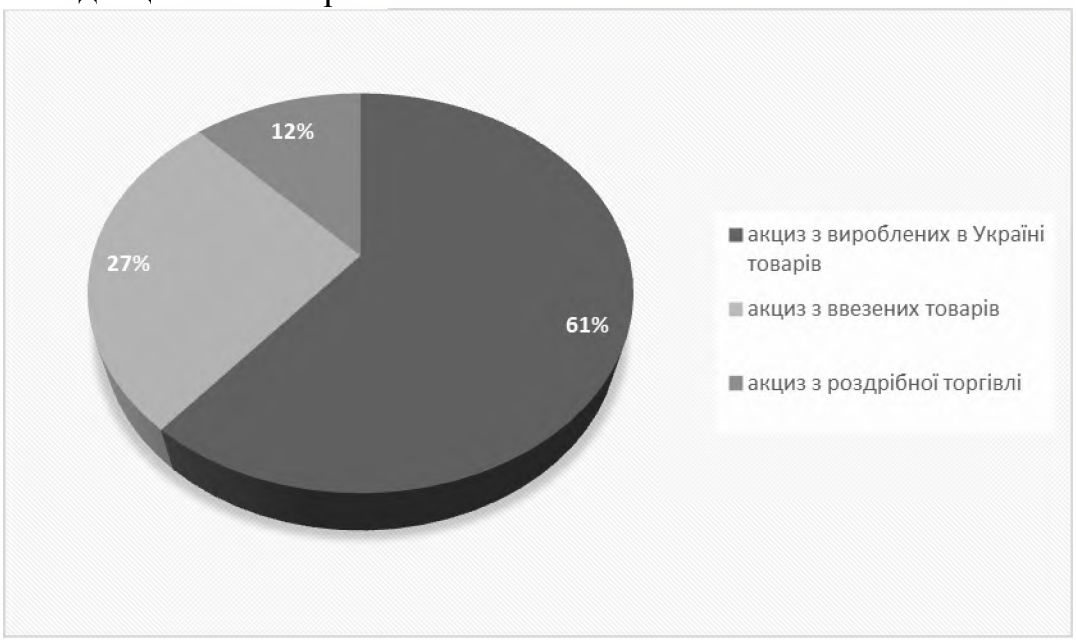


Рис. 1. Структура акцизного податку Зведеного бюджету України е 2016р., % [2]

На рис. 2. зображено структуру надходження акцизного податку з імпортованих товарів. З рисунку видно, що структура цього податку суттєво відрізняється від надходжень акцизу з вітчизняних товарів за рахунок більших надходжень акцизу з нафтопродуктів та скрапленого газу

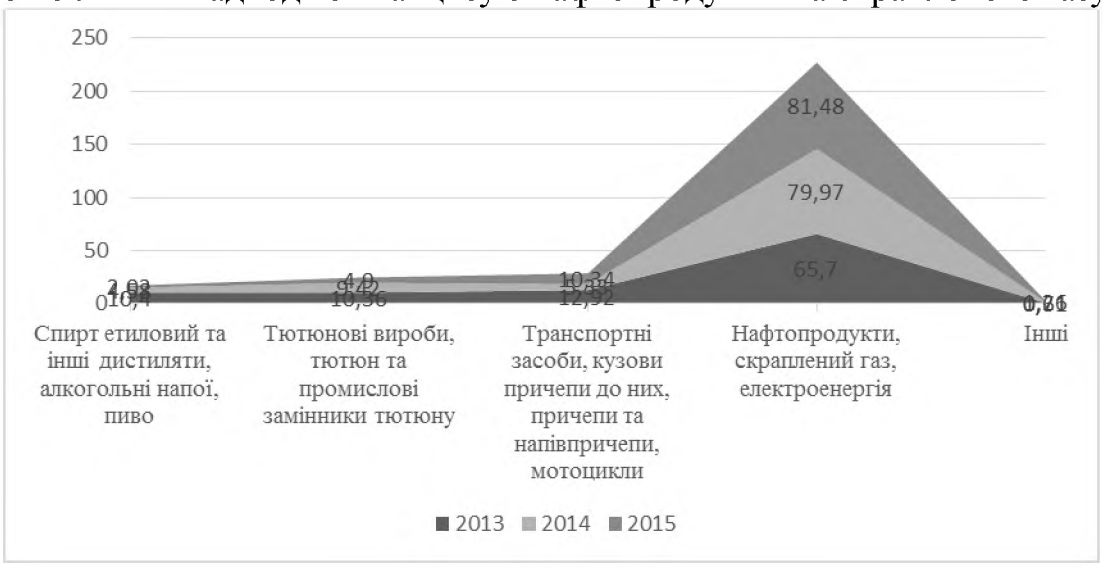


Рис.2. Структура надходження акцизного податку з імпортованих товарів

В 2014 році спостерігається зменшення питомої ваги усіх елементів надходжень, окрім надходжень від нафтопродуктів, які збільшились на 14,3%.

В 2015 році дана тенденція продовжилась, крім того, збільшилась питома вага надходжень від транспортних засобів та інші надходження [3].

Для оцінки фіскального ефекту прослідкуємо динаміку надходжень акцизного податку з ввезених тютюнових виробів та їх частку у податкових надходженнях державного бюджету України (далі – ДБУ) (рис. 3).



Рис. 3. Динаміка надходжень акцизного податку з ввезених тютюнових виробів до Державного бюджету України за 2008-2015 рр.

З рис. 3 видно, що надходження до Державного бюджету України акцизного податку за період з 2008 по 2015 роки характеризуються стабільним зростанням. Зокрема, за аналізований період надходження зросли з 3,58 до 22,24 млрд грн., тобто у 6,2 рази. При цьому частка акцизного податку у податкових надходженнях державного бюджету також збільшилася – у 2,5 рази.

Одночасно надходження акцизного податку також прямо залежать і від підвищення ефективності реалізації заходів. Направлених на зниження рівня контрабанди на митну територію України підакцизних товарів [4].

Отже, в результаті проведених досліджень, можна твердо стверджувати, що митні органи ДФС України достатньо ефективно проводять митний контроль при переміщенні підакцизних товарів через митний кордон України, що в свою чергу сприяє активному надходженню грошових коштів до ДБУ в результаті стягнення акцизного податку з підакцизних товарів, що переміщуються через митний кордон України.

Список використаної літератури

1. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495-VI зі змінами і доповненнями від 23.10.2013 р.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17.].

2. Хлєбнікова І.І. Стан і умови акцизного оподаткування / І.І.Хлєбнікова // Актуальні проблеми економіки. –2010. –№4 (106). – С.228-235.

3. Лисенко Н.П. Практика справляння акцизного податку в Україні [Електронний ресурс] / Лисенко Н.П. Юрій Е.О., // «Молодий вчений» • № 12.1

(40) • грудень, 2016 р.. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/12.1/242.pdf.

4. Коротун В. І. Трансформація акцизної політики України: монографія / [Коротун В. І., Брехов С. С., Новицька Н. В. та ін.]; за заг. ред. В. І. Коротуна. – Ірпінь : Видавництво Університету ДФС України, 2015. – 404 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ndi-fp.asta.edu.ua/report/publication/20160831191113.pdf

Іващенко Ілона Сергіївна
студентка
Запорізький національний університет
Линенко Андрій Володимирович,
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

ТОРГІВЛЯ ОНЛАЙН ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Торгівля онлайн є перспективним бізнесом в Україні. В нашій країні кількість активних користувачів Інтернету досягає 15 млн. Велика частина цих людей регулярно робить покупки в мережі. Тому останнім часом багато підприємців віддають перевагу саме торгівлі в Інтернеті.

Ідея онлайн торгівлі для бізнесу в Україні виглядає досить вигідною та перспективною. Такий бізнес має низку переваг:

– покупець може не поспішаючи вивчити асортимент і зробити усвідомлений вибір;

– торгівля в Інтернеті дає можливість швидко напрацювати базу постійних клієнтів;

– підприємець істотно заощаджує кошти на оренді торгових площ та оплаті комунальних рахунків тощо.

Торгівля в Інтернеті набирає великих обертів. За даними порталу онлайн-торгівлі «Prom.ua», за перше півріччя 2017 року українці витратили на покупки в Інтернеті близько 6 млрд грн, закупивши там на 44% більше товарів, аніж у минулому році [1].

Що ж найбільше користується попитом в українців? 22% ринку займають вироби хендмейд. Зате серед покупців найбільше користуються попитом аксесуари і сумки – 27% усіх замовлень, а вже на другому місці – прикраси та товари для дому – по 16% замовлень за рік [2].

Варто зазначити, що 67% українських інтернет-користувачів відвідують

сайти, які працюють у сфері e-commerce. До трійки найбільш відвідуваних e-commerce сайтів України входять: «OLX.ua» (40,4% користувачів), «Rozetka.com.ua» (32,5%) і «Prom.ua» (26,5%).

У порівнянні з першою половиною минулого року, в першому півріччі 2017 року товарообіг «Prom.ua» виріс на 100%, і склав 4 млрд грн. Більшість покупців – молоді люди з вищою освітою, які проживають в містах. Більше половини інтернет-покупців України – люди у віці від 14 до 34 років. Трохи більше 36% з них – жителі міст з населенням понад 500 тис. чол., 20,5% – проживають у сільській місцевості [3].

Важливим фактором, який позитивно впливає на зростання аудиторії онлайн-покупців, є поширення доступу до 3G. Особливо помітно це стане протягом найближчих двох років. Уже зараз темпи поширення мобільного Інтернету вражають – всього протягом року, після того як стала доступною послуга 3G, до неї підключилися понад 10 млн українців [3].

За підсумками минулого року Україна випередила всі інші європейські країни за таким показником, як темпи зростання продажів в Інтернеті – для нашої країни цей показник становив 35%.

Стрімко зростає проникнення Інтернету в сільській місцевості. Років 5-7 тому різниця між проникненням доступу до мережі в селі і місті була дуже великою. Зараз же, більше 60% людей, які проживають в сільській місцевості, мають доступ до онлайну. Однією з важливих складових портрета інтернет-користувача є його дохід. Тут явно позначається негативний вплив поточної економічної ситуації – тільки 9% користувачів мають дохід вище середнього, а у кожного третього він нижче середнього [4].

Більше половини користувачів як і раніше користуються Інтернетом з домашнього комп'ютера. Частка тих, хто використовує мобільні пристрої, продовжує зростати, і зараз вже наблизилася до показника 44%.

Найпопулярнішою активністю серед українців в мережі, є перегляд онлайн-відео. Не дивно, що «Розетка» та інші гіганти ринку електронної комерції, так багато уваги приділяють своїм відеоканалам на YouTube.

Окремо варто згадати про мобайл як такий. Згідно з даними Google, 39% українських інтернет-користувачів шукають інформацію про товар перед покупкою, за допомогою смартфона. При цьому, на кожні 30 зроблених в інтернет-магазинах покупок, припадає 8 заявок, оформлених за допомогою мобільного пристрою. Компанія наводить дані по категорії «Одяг та взуття», яка знаходиться на першому місці за популярністю. Однак, для тих гравців ринку, які працюють в інших нішах e-commerce, цифри теж повинні бути показовими [5].

Отже, в порівнянні з іншими видами бізнесу, онлайн-торгівля дає змогу отримувати високий прибуток і з меншими зусиллями. Просто, підходити до цього потрібно ретельно, роботу робити якісно, а в інтернет-маркетинг інвестувати. Таким чином, без особливих зусиль кожен може стати бізнесменом та заробляти значну суму коштів.

Список використаної літератури

1. Розвиток Інтернет торгівлі в Україні [Електронний ресурс] / Інформаційний портал «News online 24». – Режим доступу : http://newsonline24.com.ua/rozvytok-internet-komerc-v-ukraini.
2. В Україні зростає онлайн-торгівля [Електронний ресурс] / Сайт «Народна правда». – Режим доступу : narodna-pravda.ua/2017/08/21/v-ukrayini-zrostaye-onlajn-torgivlya-nazvani-vpodobannya-ukrayintsiv.
3. Електронна комерція в Україні 2017: цифри і факти [Електронний ресурс] / Інформаційний портал «WEB EXPERT». – Режим доступу : https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komertsiya-v-ukrayini-2017.
4. Українці почали в півтора рази частіше купувати товари через Інтернет [Електронний ресурс] / Новинний портал «ТСН». – Режим доступу : https://tsn.ua/groshi/ukrayinci-pochali-v-pivtora-razu-chastishe-kupuvati-tovari-cherez-internet-983452.html.
5. Прибутковий бізнес в кризу: актуальні ідеї в 2017 році [Електронний ресурс] / Інформаційний портал «WEB EXPERT». – Режим доступу : https://webexpert.com.ua/ua/pributkovij-biznes-v-krizu-v-2017-rotsi.

Івчук Марія Володимирівна
студентка 4 курсу ННІ економіки,
оподаткування та митної справи
Науковий керівник:
Козятинський Олег Михайлович,
ст. викладач кафедри економіки
підприємства *УДФСУ*

ОЦІНЮВАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне і конкурентоспроможне функціонування кожного окремого підприємства є практично неможливим без якісного і економічно обґрунтованого розвитку його ресурсного потенціалу. У сучасних умовах, коли значна частина господарств знаходиться у кризовому фінансовому стані, їх важливим завданням є одержання максимальних прибутків при мінімальних витратах ресурсів.

Однак, на жаль, нині значна частина підприємств все більше втрачає можливості здійснення навіть простого відтворення свого ресурсного потенціалу. Гострий дефіцит виробничих ресурсів та їх структурна розбалансованість призводять до зниження темпів економічного розвитку підприємства, потенційні можливості якого використовуються не повною мірою, що гальмує вирішення існуючих нині економічних, соціальних та екологічних проблем [1]

Нині проблема ефективного використання ресурсного потенціалу широко висвітлюється в економічній літературі. Ресурси завжди були в полі зору науковців, спеціалістів і практиків та знайшли належне відображення в наукових працях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, серед основних Андрійчук В.Г., Більський В.Г., Бугуцький О.А., Гайдуцький П.І., Дусановський С.Л., Крисальний О.В., Лукінов І.І., Месель-Веселяк В.Я., Михасюк І.Р., Нелеп В.Н., Олійник В.М., Онищенко О.М., Пасхавер Б.Й., Підлісецький Г.М., Прейгер Д.К., Саблук П.Т., Стельмащук А.М., Трегобчук В.М. та інші [2,с.35].

До ресурсного потенціалу належить сукупність взаємопов'язаних ресурсів, таких як земельні, трудові, фінансові, матеріально-технічні. Їх розмір і співвідношення вказують на забезпеченість обсягами виробництва продукції, її конкурентоспроможність [3,с.13]. Оцінку ресурсного потенціалу здійснюють як за складовими, так і комплексно. Для оцінки ефективності використання основного ресурсу застосовують групу узагальнюючих і приватних показників, таких як фондовіддача, фондоємність, фондоозброєність, рентабельність.

Кожний показник характеризує ефективність основних ресурсів. Однак, якщо розглядати комплексне відображення ефективності, тобто в сукупності використання основного й кадрового ресурсів, де показником ефективності використання останнього є продуктивність праці, особливу увагу варто приділити показникам продуктивності праці, фондовіддачі й фондоозброєності, тому що саме ці три показники безпосередньо пов'язані між собою, дають змогу забезпечити раціональні пропорції між основним і кадровим ресурсами потенціалу підприємства за різного їх стану [4, с.596].

Інноваційний розвиток підприємства – це комплексний процес, що приводить у відповідність до зовнішніх внутрішні можливості підприємства на основі постійного пошуку і використання нових сфер і способів реалізації наявних і перспективних можливостей. Ефективна реакція протидії підприємства на виникаючі загрози має бути як миттєва (антикризисне управління), так і постійна (система економічної безпеки).[6]

Під оцінюванням потенціалу підприємства як певної критичної маси ресурсів, необхідної і достатньої для його розвитку на основі постійного пошуку використання нових сфер і способів реалізації ринкових можливостей, С.М. Ілляшенко розуміє оцінювання достатності потенціалу для реалізації проектів інноваційного розвитку підприємства [5, с.28-43]. У складі потенціалу автор видіяє ринковий, інтелектуальний, кадровий технологічний, інформаційний, інтерфейсний, науково-дослідний потенціал і пропонує таку послідовність оцінювання: розрахунок показників для кожної складової; одержання інтегральних оцінок складових потенціалу; аналіз достатності окремих складових (на підставі аналізу ступеня відхилення фактичних значень від середнього значення інтегрального показника для підприємства за декілька попередніх років); переведення інтегральних оцінок складових у відносні

оцінки; визначення ваги кожної складової (експертно); розрахунок інтегральної оцінки потенціалу (як середньозваженої з оцінок складових).

Отже, можна зробити висновок, що оцінка ресурсного потенціалу є дуже важливим показником в процесі аналізу діяльності підприємства, адже вона дає можливість вияснити причини розбіжностей потенційних і фактичних можливостей використання ресурсів підприємств, а відповідно і його діяльності в цілому.

Список використаної літератури

1. Коваль О. М. Оптимізація ефективності використання ресурсного потенціалу підприємств України [Електронний ресурс] / О. М. Коваль. - Режим доступу : http: www.nbuv.gov.ua/portal/cgem_biol/nvnau/2010_154_1/10kom.pdf.
2. Балабанова Л.В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства : монографія / Л.В. Балабанова, Р.В. Мажинський. – Донецьк : ДонДУЕТ. – 2009. – С.90.
3. Должанський І.М. Управління потенціалом підприємства : навч. посіб. / [І.З. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих, І.М. Герасименко, В.М. Ращупкіна]. – К. : Центр навчальної літератури. – 2006. – С.13.
4. Економічна енциклопедія (у 3 томах). – Т.3. – К.: Видавничий центр "Академія". – 2002. –952 с.
5. Славов В.П., Коваленко О.В. Сутність поняття ”ресурсозбереження“ та його значення для галузей виробничої інфраструктури АПК // Вісник ХНАУ. – 2007. – №9. – С. 28-43.
6. Гурочкіна В.В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та система захисту./ В.В. Гурочкіна// Економіка: реалії часу. – 2015. – № 5. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://economics.opu.ua/files/archive/2015/No5/51.pdf

Онопрієнко І.М.
к. е.н., доцент кафедри
статистики, АГД та маркетингу СНАУ
Кабанов Д.В.
Магістр СНАУ

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Комплекс маркетингу роздрібної торгівлі має певні особливості. Традиційна концепція маркетингу виділяє чотири складових комплексу - товар, ціну, канали розподілу і просування. Використовуючи дану концепцію до ринку проміжних продавців, необхідно розглянути трансформацію цих елементів комплексу маркетингу. Крім цього стосовно сфери торгового маркетингу необхідно додати ще три додаткових чинника - розташування,

персонал та оформлення, вони впливають на маркетингову діяльність підприємств торгівлі.

Насамперед зазначимо, що в торговому маркетингу в якості товару виступає послуга. Особливості торгового маркетингу пов'язані в першу чергу з такими властивостями торговельної послуги, як її невідчутність, невіддільність від виробника і непостійність в якості. Специфічність якості послуги пояснюється її нестійкістю, неможливістю її протестувати. Необхідно зазначити, що очікуваний споживачем рівень якості та реально отримуваний не завжди збігаються. Часто у підприємств торгівлі та їх клієнтів існують різні уявлення про необхідний рівень сервісу.

Основне завдання торговельних підприємств - забезпечити можливість придбання певного товару при відповідній якості торговельного обслуговування. Пропонований набір послуг - це один з основних засобів зробити свій магазин відмінним від інших. Як правило, за допомогою відмінного від конкурентів набору послуг, пропонованих покупцеві торговою точкою, підприємство торгівлі визначає своє положення по відношенню до конкурентів.

В торговому маркетингу відбувається трансформація і ціни також. Ціна торговельної послуги виступає у вигляді торгової націнки. Тому з економічної точки зору основне значення для торгівлі набуває не ціна товару, що продається, а розмір націнки, яка визначається витратами підприємства торгівлі в процесі створення та надання своїх послуг покупцю, і прибутку. Торговий посередник має більше можливості брати участь у формуванні ціни, оскільки купує товар у власність. Обмеження при зміні цін пов'язані, з одного боку, з закупівельною ціною товару, а з іншого - з попитом і конкуренцією. Націнка, зроблена підприємством торгівлі, включає власні витрати плюс прибуток. Так як підприємства торгівлі безпосередньо контактують з кінцевим споживачем (покупцем), то вони можуть відстежувати його реакцію на зміни цінової політики. Тому торговельне підприємство може використовувати гнучке ціноутворення та максимально враховувати психологічну складову при встановленні ціни (наприклад, не 20 гривень за товар а 19 гривень 90 копійок).

Як зазначає Ф. Котлер, ціна - це ключовий фактор у позиціонуванні магазину. [1с.138] Торгівля частіше, ніж виробник, стикається з проблемами встановлення ціни на товар виходячи з швидко мінливих ринкових умов. Торговельні підприємства можуть орієнтуватися на різні співвідношення між обсягом продажів і величиною націнки. Практично будь-яку організацію, що займається роздрібною торгівлею, можна віднести до однієї з наступних груп: встановлюють високу націнку і мають низький обсяг продажів (вишукані спеціалізовані магазини) або встановлюють невелику націнку і мають високий обсяг продажів (магазини з широким асортиментом і торгують за відносно низькими цінами). При цьому такі підходи до ціноутворення постійно розвиваються і трансформуються. Перший принцип - «високі і низькі ціни» - характеризує цінову стратегію, коли спочатку товари продаються по більш

високій ціні, а потім торговець проводить розпродаж. У сучасних умовах все більше роздрібних торговців відходять від практики епізодичних розпродажів на користь принципу «щоденних низьких цін». Згідно з таким принципом роздрібні ціни постійно залишаються десь між звичайним рівнем цін і рівнем розпродажів.

Наступний елемент комплексу маркетингу - канали розподілу. Оскільки підприємство роздрібної торгівлі само по собі для виробника товару виступає як канал розподілу, то для торговця традиційне поняття каналу розподілу переходить у нову якість. Під каналом розподілу в торговому маркетингу мається на увазі логістика або фізичний розподіл в середині магазину. Під фізичним розподілом, як правило, розуміються всі операції по зберіганню товару, формування асортименту і його переміщенню всередині торгової точки.

Для залучення уваги покупців та інтенсифікації покупок роздрібні торговці використовують цілий арсенал засобів, пов'язаний із просуванням. Особливість цього елемента комплексу торгового маркетингу пов'язана з тим, що він використовується насамперед стосовно торговельної послуги, а не конкретного товару. Методи комунікації з покупцями поділяються на платні (реклама, візуальне подання пропонованого товару, особисті продажі, стимулювання збуту - спеціальні розпродажі, презентації, премії, купони, ігри, конкурси, лотереї) і безкоштовні (зв'язки з громадськістю, чутка або «реклама з вуст у вуста»). Варто відзначити, що безкоштовна усна реклама для магазину має особливе значення. Як відомо з проведених досліджень, один незадоволений обслуговуванням клієнт ділиться своїми враженнями і передає негативну інформацію далі, торкаючись, згідно з дослідженнями, ще 16 осіб. А потім цей ланцюжок «поінформованих» про невдале відвідування торгової точки розростається далі. Якщо говорити про заходи по зв'язкам з громадськістю, то важливе місце тут займають такі акції, як «день відкритих дверей» та семінари для клієнтів.

Стосовно до торгового комплексу маркетингу доцільно додатково виділити ще три важливих фактори - місцезнаходження, персонал та оформлення. Вдале місце розташування торгового підприємства забезпечує стійку конкурентну перевагу, оскільки, наприклад, сервіс, асортимент - усе це не постійне і може змінюватися. Рівні розташування поділяються за такими напрямами: регіон (частина території країни або міста), сфера торгівлі (сектор, що містить потенційних покупців, а також частина міста або місто в цілому в залежності від типу магазину) і конкретне місце. Основні фактори, які визначають привабливість обраного місця, включають показники загального розміру цільового ринку, темпів зростання населення, розподілу та стабільності доходів, розміру та складу сім'ї, рівня і стабільності зайнятості, рівня конкуренції і, крім цього, розташування автомагістралей і жвавих вулиць, щільність пішохідного та автомобільного руху. [2 с.235]

Наступний фактор, що робить вплив на комплекс торгового маркетингу - персонал іншими словами, працівники торговельного підприємства, які

обслуговують покупців. Згідно з даними моніторингу покупців в Німеччині, компетентність, ввічливість співробітників торгового підприємства складають одну з основних причин, по якій покупці швидше віддадуть перевагу одного роздрібного торговця іншому. Дуже важливо, щоб персонал торгового підприємства отримував задоволення від своєї роботи.

Оформлення включає в себе типи планувань магазину, розподіл торгових площ між різними відділами, безпосереднє розміщення і спосіб представлення товару в магазині, забезпечення відповідного інтер'єру магазину, дизайну фасаду, вітрин, магазинну атмосферу.

Отже, в сучасних умовах господарювання маркетингове управління та планування в роздрібній торгівлі набуває великого значення. Раціональне та ефективне управління маркетингом забезпечує вплив на рівень попиту та характер попиту, його розподіл у часі, що допомагає підприємствам досягати своїх цілей.

Список використаної літератури

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент/ Ф. Котлер. Экспресс-курс. 2-е издание.- СПб.: Питер.- 2006. — 464 с.
2. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: Навч. посіб. / За ред. Буднікевич І.М. - К.: «Центр учбової літератури». - 2013.-536 с.

Кадет Анна Михайловна,
студентка 4 к. ФПУ , гр. 2 им
Павленко Вероника Ильинична,
Студентка 4 к. ФПУ, гр. 2 им
научный руководитель: ст. преподаватель
Назарова М.С.
УО «БГАТУ», г. Минск

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА ПРОДУКЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ И ТОРГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Переход к рыночным методам хозяйствования резко обострил проблему организации сбыта продовольственных товаров. Состояние каналов распределения товаров, плотность сбытовой сети, коммуникативные возможности участников сбыта стали оказывать все более заметное влияние на уровень удовлетворения потребительского спроса, конкурентоспособность продукции, эффективность производства.

В настоящее время оптимизация сбытовой деятельности - важный резерв укрепления позиций предприятия на продовольственном рынке,

необходимое условие наращивания объемов реализации сельскохозяйственной продукции.

Сосредоточение товаропроизводителей и оптовиков в региональных центрах, увеличение объемов поставок в населенные пункты с малой численностью населения усиливают конкуренцию, создают дополнительные барьеры в ходе реализации отечественной продукции.

В современных условиях сбыт становится главенствующим фактором, определяющим эффективность производства в целом. Одно из требований времени - разработка экономического инструментария, обеспечивающего гармонизацию производственной и сбытовой стратегий отечественных агропромышленных предприятий, формирование ассортиментной программы с учетом прогнозируемой динамики спроса на продукцию.

Что бы успешно конкурировать на внутреннем и на внешних рынке необходимо совершенствование маркетингового механизма развития сбыта продукции, который предусматривает усиление работы функционирующих и организацию новых структур, целенаправленно занимающихся поиском рынков сбыта, анализом и мониторингом как внутреннего так и внешнего рынков, формированием спроса на продукцию посредством рекламы и других направлений. В связи с этим товаропроизводители ведут поиск альтернативных выходов на рынки, что довольно затруднительно при несовершенстве информационной базы. В результате маркетинг, являющийся действенным средством повышения конкурентоспособности, отечественными сельхозпредприятиями используется недостаточно эффективно[1,2].

Необходимость сбытовой сети обусловлена тем, что производитель неспособен принять на себя все обязанности и функции, вытекающие из требований свободного обмена в соответствии с ожиданиями потенциальных потребителей. Обращение к посредникам означает для предприятия потерю контроля над определенными элементами процесса коммерциализации. Поэтому выбор сбытовой сети (каналов распределения) — это не только стратегическое решение, которое должно быть совместимо с ожиданиями в целевом сегменте, но и инструмент производственной и торговой стратегии предприятия. Сбытовая сеть может быть определена как структура, сформированная партнерами, участвующими в процессе конкурентного обмена, с целью предоставления товаров и услуг в распоряжение индивидуальных потребителей или индустриальных пользователей.

В процессе исследования, нами определены основные *функции сбыта к которым относятся*: изучение результатов сегментации рынка и планирования рекламы; заключение договоров с потребителями или посредниками;·учет и контроль выполнения договоров;· разработка плана отгрузки товаров клиентам;·определение каналов сбыта; организация приема, хранения, упаковки, сортировки и отгрузки товаров клиентам;·информационное, ресурсное и техническое обеспечение сбыта товаров;·стимулирование сбыта;·установление обратной связи с потребителями и регулирование.

Выполнение рассмотренных функций ведет к возникновению *коммерческих потоков распределения* между участниками процесса обмена, направленных во взаимно противоположных направлениях. Всего в канале сбыта нами опрелены потоки пяти типов:

·*поток прав собственности:* переход прав собственности на товары от одних собственников к другим;

·*физический поток:* последовательное физическое перемещение товаров от изготовителя через посредников к конечному потребителю;

· *поток заказов:* заказы, поступающие от покупателей и посредников и направляемые изготовителям;

· *финансовый поток:* различные выплаты, счета, комиссионные, которые движутся от конечного пользователя к изготовителю и посредникам;

· *поток информации:* этот поток распространяется в двух направлениях — сведения о рынке движутся в сторону изготовителя, сведения о предлагаемых товарах по инициативе изготовителя и посредников направляются в сторону рынка.

Следовательно, наличие канала сбыта подразумевает распределение функций и потоков между участниками обмена. Ключевой вопрос при организации сети не в том, должны ли существовать эти функции и потоки, но скорее в том, кто из участников канала будет их выполнять. Можно наблюдать большое разнообразие в распределении функций не только для разных рынков, но и в пределах одного рынка.

Следует признать, что рыночные условия хозяйствования стимулируют предприятия развивать и постоянно совершенствовать сбытовую систему. Для усиления конкурентных преимуществ, нормального функционирования предприятий необходимо не только производить продукцию в достаточных количествах важно ее выгодно реализовать.

Исследования показали, что в общей системе сбыта отечественными предприятиями используется только 2 канала разного уровня:

- канал нулевого уровня (прямой канал) - состоит из производителя, продающего товар непосредственно конечному потребителю;

- одноуровневый канал включает в себя одного посредника. На потребительских рынках этим посредником обычно бывает розничный продавец, а на промышленных рынках им нередко оказывается агент по сбыту или брокер.

Нами установлено, что отечественные агропромышленные предприятия имеют традиционную систему сбыта, которая состоит из независимого производителя, одного или нескольких оптовых торговцев и одного или нескольких розничных торговцев. Каждый субъект канала представляет собой отдельное предприятие, стремящееся обеспечить себе максимально возможные прибыли, даже в ущерб максимальному извлечению прибыли системой в целом.

В связи с выявленными недостатками сбыта на отечественных предприятиях нами предлагается оптимизировать и использовать следующие каналы распределения продукции:

-двухуровневый канал - включает в себя двух посредников. На потребительских рынках такими посредниками становятся оптовые и розничные торговцы, промышленных рынках это могут быть промышленный дистрибьютор и дилеры;

- трехуровневый канал - включает в себя трех посредников. Этими тремя посредниками могут быть: предприятие крупного опта, предприятие мелкого опта, предприятие розничной торговли.

Таким образом, данные направления позволят отечественные товаропроизводители оптимизировать каналы сбыта, выйти на новые рынки, повысить производственную эффективность организация и т.д.

Список используемых источников

1. Назарова, М.С., Основин, С.В. Формирование адаптивной маркетинговой стратегии на мясоперерабатывающих предприятиях в новых условиях хозяйствования // «Аграрная экономика» , №11, 2012, С.40-44

2. Ламбен, Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Жан – Жак Ламбен; пер. с фр. — СПб.: Наука, 2006. – 630 с.

Калугаряну Юлія Михайлівна
магістрантка кафедри економіки
Уманського національного університету садівництва

АГРАРНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФОРМА ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ

У сучасних умовах динамічної трансформації умов господарювання у сільській місцевості все більш гострою постає проблема забезпечення зайнятості сільського населення. Вирішити вказану проблему значною мірою можливо за рахунок активізації розвитку сільськогосподарського та несільськогосподарського підприємництва на селі. Завдяки цьому можуть бути розв’язані проблеми створення нових робочих місць, забезпечення диверсифікованого розвитку сільських територій, залучення інвестиційних ресурсів тощо.

Пошук шляхів активізації підприємницької діяльності в аграрній сфері тісно пов'язаний з визначенням особливостей цього виду підприємницької діяльності. Вивчення досвіду розвинених країн і особливостей розвитку вітчизняного аграрного підприємництва дозволило виокремити такі його специфічні риси:

1. Тісна залежність результативності і розвитку аграрного підприємництва від ефективності функціонування ринку землі. Однак досягти цього можна лише за умови послідовної і дієвої державної політики, направленої на збереження цільового використання земель, підтримку недоторканості права власності, розробку дієвого механізму вирішення земельних спорів тощо.

2. Необхідність поєднання різних за розміром та організаційно-правовими формами підприємств і забезпечення рівності їх прав. Це можуть бути великі, середні й малі агрокомбінати, агрофірми, кооперативи, селянські (фермерські) господарства, особисті підсобні господарства громадян, агроцехи промислових підприємств, агродільниці міських жителів, кооперативи. Відмінність у розмірах господарських одиниць в аграрному секторі зумовлена двома важливими природними чинниками: нерівномірним територіальним розселенням людей, що склалось історично, і різною характеристикою агропотенціалу земель [1].

3. Умови аграрного ринку наближені до умов досконалої конкуренції при низькій еластичності попиту. Це обумовлює низьку прибутковість галузі. Разом з тим, галузь є соціально важливою, оскільки не лише обумовлює умови життя сільського населення, а й створює основу для продовольчої безпеки країни. Тому галузь потребує державної підтримки як прямими, так і непрямими методами.

4. Полігалузева інтеграція, як результат інтеграційних і диверсифікаційних процесів. Інтеграція проявляється у посиленні взаємодії між виробниками сільського господарства, промисловості, торгівлі, фінансової та виробничої інфраструктури, несільськогосподарських сфер діяльності. Диверсифікація пов’язана з освоєнням суміжних виробництв (альтернативних видів енергії, «зеленого туризму» тощо).

5. Посилення тенденції до корпоратизації та капіталізації аграрного виробництва на основі концентрації сільськогосподарських угідь і залучення промислових капіталів та створення холдингів.

6. В АПК свою специфіку має інноваційний процес. Інновації допомагають знизити ціни, поліпшити якість і підвищити конкурентоспроможність галузі, поліпшити екологічну складову сільськогосподарської діяльності та підвищити аграрний ресурсний потенціал. Інноваційний розвиток у цій сфері діяльності, крім традиційних виробничо-технологічного та організаційно-управлінського напрямів, повинен охоплювати також такі види інновацій, як селекційно-генетичні та екологічні. У такому контексті основними завданнями інноваційного розвитку вітчизняної агросфери є її техніко-технологічна модернізація, забезпечення ресурсозбереження в галузі, підвищення якісних характеристик виробленої продукції, поліпшення екологічної складової сільськогосподарського розвитку [2, с. 28].

7. Формування соціоекономічного підходу до розвитку аграрного підприємництва, що полягає у формуванні умов для стабільного економічного зростання, розвитку сільських громад і навколишнього природного середовища [3, с. 76]. Такий підхід повинен, на нашу думку, ставати домінуючим, оскільки саме за таких умов можливо здійснювати цілеспрямований вплив держави на досягнення рівномірності регіонального розвитку, розвитку людських ресурсів, збереження природних ресурсів і біорізноманіття тощо.

Підприємництво як форма економічної активності сприяє підвищенню ефективності господарювання, збільшенню зайнятості населення, насиченню ринку товарами і послугами та стає каталізатором подальшого економічного зростання країни. Саме тому в умовах пошуку ефективних шляхів вирішення соціально-економічних проблем, зокрема – безробіття, підприємництво потребує різних форм державної підтримки і сприяння розвитку.

Механізм активізації підприємницької діяльності в аграрній сфері, насамперед, повинен передбачити задоволення інтересів зайнятого в сільському господарстві населення в розрізі усіх сегментів аграрного ринку праці. При цьому важлива увага повинна приділятися не лише розміру оплати праці робітників сільськогосподарських підприємств, а й їх морально-психологічному самопочуттю на робочому місці: умовам праці, ставленню з боку керівництва тощо. Лише такі передумови зможуть забезпечити формування досконалого ринку праці в аграрній сфері.

Список використаної літератури

1. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу [Електронний ресурс] / За ред. М. М. Ільчука. – К.: Вища освіта, 2012. – 398 с. – Режим доступу: http://buklib.net/books/35050/
2. Шубравська О. Інноваційний розвиток аграрного сектора України: теоретико-методологічний аспект / О. Шубравська // Економіка України. – 2012. – №1. – С. 27-35.
3. Попова О. Агросфера: соціоекономічний зміст і засади сталого розвитку / О. Попова // Економіка України. – 2012. – №5. – С. 73-83.

Капшитар Юрій Юрійович,
студент групи ЕЕ-15,
Центральноукраїнський національний технічний університет

ЕНЕРГЕТИЧНИЙ АУДИТ: МЕТА, ЗАВДАННЯ, ОБ'ЄКТИ, РЕЗУЛЬТАТ

В сучасних умовах в Україні набуває все більшої актуальності проблема раціонального використання енергоресурсів, адже користувачам зазначених ресурсів часто доводиться сплачувати значну суму коштів, проте мікроклімат у приміщеннях при цьому не є комфортним. Одна з головних причин виникнення

такої ситуації – втрати енергії та марнування ресурсів (електро- та теплоенергії, газу, холодної та гарячої води).

Для встановлення джерел втрат енергії та розробки заходів щодо зменшення таких втрат, значна кількість установ та організацій (Центральноукраїнський національний технічний університет, Сумський державний університет, Київенерго та інші) пропонують споживачам енергоресурсів нову послугу – енергетичний аудит об'єктів.

Енергетичний аудит являє собою добровільне енергетичне обстеження, яке проводиться за ініціативою споживача паливно-енергетичних ресурсів та дозволяє визначити, наскільки ефективно використовуються ці ресурси, розробити рекомендації для скорочення їх споживання [1]. Відповідно до Закону України «Про енергозбереження» від 01.07.1994 р. № 74/94 ВР (редакція від 23.07.2017 р.), «енергетичний аудит (енергетичне обстеження) – визначення ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів та розроблення рекомендацій щодо її поліпшення» [2].

Замовниками послуг енергетичного аудиту можуть бути: приватні особи (власники приватних/дачних будинків); суб'єкти господарювання, зареєстровані в Україні (керівники підприємств, голови ОСББ і т. ін.); органи державної влади та місцевого самоврядування.

Головна мета енергетичного аудиту – сприяння суб'єктам господарювання, приватним особам, органам влади у визначенні політики енергозбереження, надання допомоги в розробці науково обґрунтованих норм та нормативів питомих витрат, енергобалансів, розробці заходів з енергозбереження, їх фінансовій оцінці та визначенні впливу на стан довкілля.

Відповідно до поставленої мети, у процесі проведення енергетичного аудиту вирішується ряд основних завдань:

- оцінка ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів та підготовка рекомендацій щодо зниження їх фактичного витрачання у порівнянні з діючими нормами та нормативами;
- дослідження частки вартості паливно-енергетичних ресурсів у собівартості продукції (послуг), аналіз ефективності витрачання коштів на придбання паливно-енергетичних ресурсів;
- аналіз енергоспоживання за типами обладнання, на різних стадіях діяльності, в окремих технологічних процесах та підрозділах;
- оцінка втрат паливно-енергетичних ресурсів на об'єкті енергетичного аудиту, розроблення шляхів мінімізації таких втрат;
- перевірка функціонування (впровадження) системи енергетичного менеджменту на об'єкті;
- розроблення заходів з енергозбереження та їх техніко-економічне обґрунтування.

Об'єктами енергетичного аудиту є: підприємства, установи, організації та їх діяльність у сфері енергозбереження; системи електро-, тепло-, паливо-, водопостачання; технологічні процеси, виробниче і технологічне обладнання,

інші об'єкти, щодо яких законодавством України передбачено проведення енергетичного аудиту.

Правові, соціально-економічні та організаційні засади діяльності у сфері забезпечення енергетичної ефективності будівель прописано у Законі України «Про енергетичну ефективність будівель» від 22.06.2017 р. № 2118-VIII, введення в дію якого відбудеться 23.07.2018 р. Даний Закон має забезпечити підвищення рівня енергетичної ефективності будівель з урахуванням місцевих кліматичних умов та належні умови для проживання та/або життєдіяльності людей у таких будівлях [3].

Державна політика у сфері забезпечення енергетичної ефективності будівель базується на таких засадах: забезпечення належного рівня енергетичної ефективності будівель відповідно до технічних регламентів, національних стандартів, норм і правил; стимулювання зменшення споживання енергії у будівлях; забезпечення скорочення викидів парникових газів у атмосферу; створення умов для залучення інвестицій з метою здійснення заходів із забезпечення (підвищення рівня) енергетичної ефективності будівель; забезпечення термомодернізації будівель, стимулювання використання відновлюваних джерел енергії; розроблення та реалізація національного плану щодо збільшення кількості будівель з близьким до нульового рівнем споживання енергії [3].

При визначенні енергетичної ефективності будівель обов'язково повинна враховуватися інформація про: місцеві кліматичні умови; функціональне призначення, архітектурно-планувальне та конструктивне рішення будівлі; геометричні, теплотехнічні, енергетичні характеристики будівлі та її енергетичний баланс; нормативні, санітарно-гігієнічні та мікрокліматичні умови приміщень будівлі; нормативний строк експлуатації огороджувальних конструкцій та елементів інженерних систем; технічні характеристики інженерних систем; використання відновлювальних джерел енергії, пасивних сонячних систем та систем захисту від сонця, а також енергії, виробленої шляхом когенерації [3].

Результатом енергетичного аудиту є рекомендації щодо зниження енергоспоживання та витрат на енергоносії із зазначенням їх вартості та періоду окупності [4]. Розробці проектів реконструкції будівель з урахуванням максимально ефективного використання наявних (як правило, дуже обмежених) фінансових ресурсів має передувати якісний енергетичний аудит. Необхідними атрибутами для проведення якісного енергетичного аудиту є: досвідчений спеціаліст з енергетичного аудиту, достатня приладова база, сприяння замовника послуг енергетичного аудиту.

Список використаної літератури

1. Бабенко О.В. Енергетичний аудит. Курсове проектування: навчальний посібник / О.В. Бабенко. – Вінниця: ВНТУ, 2013. – 71 с.

2. Про енергозбереження / Закон України від 01.07.1994 р. № 74/94 ВР (редакція від 23.07.2017 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/74/94-%D0%B2%D1%80.

3. Про енергетичну ефективність будівель / Закон України від 22.06.2017 р. № 2118-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2118-19/page.

4. Посібник з підготовки проектних пропозицій: реформа міського теплозабезпечення (проект від 30.06.2010 р.) / А. Бабак, А. Колієнко, Р. Кундрик та ін. – К.: Інститут місцевого розвитку, 2010 р. - 232 с.

Колісна Анастасія Павлівна
студентка
Науковий керівник:
Слюсарєва Людмила Валеріївна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ

В умовах підвищеної конкуренції на ринку товарів фірмовий стиль став необхідною складовою підтримки стабільної позиції підприємства на ринку та одним із основних чинників підвищення його конкурентоспроможності. Сьогодні розробка і використання власного фірмового стилю стає все більш популярним атрибутом стратегії розвитку зростаючого числа компаній.

Дослідженнями фірмового стилю підприємств та компаній займались такі вітчизняні та закордонні науковці, а саме: П.Беренс, Д.Ейрі, Р.Бікман, М.Роуден, М.Добролюбов, М.Люшер, І.Брітченко, Дж. Вебб Юнг.

Разом із тим не всі проблеми, пов’язані з фірмовим стилем, адаптацією та його використанням на виробничих підприємствах розглянуті в роботах науковців, що потребує проведення подальших наукових досліджень у цьому напрямі. До теперішнього часу серед вітчизняних науковців і практиків не існує єдності тлумачення понять «фірмовий стиль» та його складових. Проте, більшість вітчизняних спеціалістів вважають, що фірмовий стиль дозволяє створити «сильну» торгову марку, яка стає такою завдяки ефективному використанню маркетингових комунікацій та створенню неповторного образу товару або підприємства.

Цікаво відзначити, що один з родоначальників фірмового стилю Пітер Бернс розглядав фірмовий стиль не стільки у вузькому сенсі зовнішніх ознак

фірмової ідентифікації, скільки як спеціальну концепцію фірмової політики, як новий стиль мислення у всіх аспектах організаційної діяльності і, перш за все, стиль поведінки на ринку.

Фірмовий стиль – найважливіший інструмент маркетингу і реклами – комплекс візуальних і вербальних елементів, що підкреслює індивідуальність фірми, що виділяє її серед конкурентів. Розробка фірмового стилю, який буде підкреслювати стильність образу і унікальність бізнесу, забезпечить успіх всіх маркетингових і рекламних кампаній торгової марки.

Сучасні компанії знають і розуміють важливість корпоративного стилю як запоруки успіху їх діяльності і невід'ємної умови просування їх бренду на ринку.

Розробка фірмового стилю зазвичай включає в себе: розробку логотипу, написання слогана, підбір потрібних шрифтів для фірмової документації та рекламної продукції, вибір загальної колірної гами, а також створення макетів корпоративної атрибутики (візиток, фірмових конвертів, фірмових бланків і т.д.). Зміст і особливості складових представлено в табл. 1.

Таблиця 1.

Складові елементи фірмового стилю підприємства

№ п/п	Назва елементу	Особливості
1	Фірмовий блок	Візуальна індивідуальність бренду використовує зорове сприйняття, яке дає мозку більше інформації, викликає різноманітні асоціації, що робити бренд впізнаваним
2	Фірмовий знак (логотип)	унікальність марки дозволяє її зареєструвати у відповідних державних органах і забезпечити її юридичний захист, формує у споживача почуття захищеності.
3	Слоган	зорові образи запам'ятовуються, пізнаються безпосередньо, тоді як для інтерпретації слів мозку необхідно більше часу. Цей елемент викликає у споживача розуміння.
4	Фірмовий колір	кольорові рішення атрибутики бренду управляють сприйняттям споживачів через почуття і асоціації, інтегрують значення, смисл візуального образу, спонукає у споживача відчуття.
5	Фірмовий шрифт	повинен запам'ятовуватись, однозначно ідентифікуватись у споживачів з певним підприємством або товаром, а також бути доступною для використання в будь-яких рекламних матеріалах, викликає у споживача відчуття поінформованості.
6	Корпоративний персонаж	певний персонаж або образ, закріплений за підприємством, такий, що втілює дух його діяльності. Це може бути представник флори, фауни або людина в забавному зображенні.

Розглянемо фірмовий стиль виробників соняшникової олії, зробимо порівняльний аналіз вторинної маркетингової інформації та висновки щодо впливу фірмового стилю на споживача при виборі соняшникової олії.

Таблиця 2.

Порівняльний аналіз фірмового стилю виробників соняшникової олії

	«Олейна»	«Чумак»	«Щедрий дар»	«Королівський смак»	«Стожар»
Фірмовий блок (логотип + слоган)					
Фірмовий знак і логотип	Соняшник	Стрічка	Соняшник	Корона	Соняшник в графічному стилі
Слоган	«Щастя готується разом»	«З лану до столу»	-	«Якість королівська, а ціна народна»	«Лагідне смаження — смачні враження»
Фірмові кольори	Жовто-блакитний; зелений; коричневий.	Синій; зелений; жовтий.	Жовтий; зелений; синій.	Жовтий; червоний; зелений.	Зелений; жовтий.
Фірмовий шрифт	шрифти рукописного стилю	прямолінійні і незграбні шрифти	прямолінійні і незграбні шрифти	прямолінійні і незграбні шрифти	шрифти без зарубок
Корпоративний персонаж	Відсутній	Відсутній	Відсутній	Відсутній	Відсутній

Виходячи з даної порівняльної таблиці торгових марок соняшникової олії, можна зробити наступні узагальнення: всі товаровиробники соняшникової олії використовують зелений колір, як фірмовий. З психологічної точки зору впливу кольору на товар та його сприйняття споживачами, зелений колір – це символ миру і надії. Він більше за всіх наближений до природності і натуральності. За опитуваннями багатьох покупців, цей товар вони вважають більш натуральним в порівнянні з іншими. В зелену упаковку зазвичай упаковують товар, на якому хочуть зробити акцент, що він зроблений з натурально сировини.

«Фірмовий знак і логотип»: у трьох із п'яти торгових марок присутній образ соняшника, що вказує на те з якої сировини зроблена олія та дає змогу візуально відрізнити соняшникову олію від інших видів олії (наприклад від оливкової олії).

«Слоган»: у чотирьох з п'яти торгових марок присутній слоган, що дає зрозуміти споживачу яка саме рекламна позиція та ідея у виробників соняшникової олії.

«Фірмовий блок (логотип + слоган)»: зображено поєднання логотипа та слогана, що дає повне уявлення про продукт, який випускає певна торгова марка та дає змогу диференціювати його серед інших конкурентів.

«Корпоративний персонаж»: у всіх торгових марок відсутній корпоративний персонаж. Впровадження корпоративного персонажу одним із товаровиробників відкриє перед ним додаткові переваги в конкурентній боротьбі.

Таким чином, можна зробити висновки, що фірмовий стиль – це спосіб виділення підприємства серед ряду інших з метою закріплення його образу у свідомості людей. Це продумана схема, яка охоплює усі візуальні стимули, які можуть впливати на людину.

Фірмовий стиль приносить користь у рекламі, оскільки забезпечує повторення, завдяки якому реклама досягає успіху. Додаткову конкурентну перевагу серед виробників соняшникової олії отримає також те підприємство, яке основні елементи свого фірмового стилю доповнить створеним «Корпоративним персонажем».

Список використаної літератури

1. Фірмовий стиль: навч.-методичний комплекс/ Є.А.Антонович, А.Б.Максимова; за наук. ред. проф. Є.А.Антоновича. – К. : НАКККіМ, 2012. – 48 с.

2. Sliusareva L. Analysis of the competitive position of the company as a component of its development strategy / L.V. Sliusareva, V.M. Zhmaylov// Prospects of economic development in the global crisis: Collection of scientific articles. – Academic Publishing House of Agricultural University, Plodiv, Bulgaria, 2015 – 328 p.4.

3. https://www.favor.com.ua/vote/products/sunflower-oil/?results=U

Копотун Анастасія Михайлівна
студентка 3-го курсу
Університет ДФС України

МІГРАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК ПРЯМА ЗАГРОЗА ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ КРАЇНИ

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки найважливішим чинником відтворення національного багатства є людський капітал, який сприяє зростанню продуктивності праці та ефективності виробництва.

Інтеграція України до Європейського Союзу у високотехнологічне середовище зумовлює необхідність збільшення інвестування в людський капітал та ефективного його використання на рівні держави.

Проблемі розвитку «людського капіталу» приділяли багато уваги такі науковці як: Артеменко В. Б., Беккер Г. С., Вороненко О. В., Кравців В. С., Куценко В. В., Шевчук Л. Т., Садова У. Я. та інші [1, с.158].

Основа формування людського капіталу в Україні – населення. Розумові здібності українців – одна з головних конкурентних переваг країни на світовому ринку.

Еміграція з України людського капіталу стає все більш потужним і тривожним трендом, що має істотний вплив на економічну безпеку держави.

Одним із найактивніших агентів впливу на економічну безпеку держави за останні роки став процес міграції людського капіталу, який негативно позначився на національному добробуті країни. Це пов'язано з тим, що відбувається зменшення населення та зниження якості трудового потенціалу країни, даний процес веде до зростання потреби в іноземній робочій силі, що в майбутньому може призвести до збільшення потоків нелегальних трудових мігрантів в Україну.

Країну залишають успішні стартап-команди, акселератори і просто зневірені в місцевих можливостях підприємці-одинаки. Рейтинг Forbes українських економістів показав, що найкращі молоді уми країни можуть отримати справжній розвиток і визнання, лише виїхавши за її межі [2].

Причинами витоку людського капіталу з України є:

- міграція є «механізмом виживання» у процесі боротьби з бідністю та уникнення безробіття;
- низька заробітна плата на батьківщині;
- бажання покращити матеріальне становище;
- низькі можливості професійного розвитку та самореалізації в Україні;
- бажання продовжити кар'єру за кордоном;
- вразливість людей до корупції в державі тощо.

На даний момент Україна переживає прямий негативний вплив демовідтворювальних процесів на кількість населення України.

Зовнішні міграційні процеси у січні-липні 2017 року найбільш явно проявляються у прикордонних областях, оскільки їх мешканці краще ознайомлені з умовами та рівнем життя за кордоном. Військовий конфлікт на Сході України вплинув на міграцію населення, що становив для прикладу у Донецькій області (-18482). Місця роботи українських мігрантів розкидані по всьому світу, найбільш привабливими країнами є: Польща, Росія, Італія, Іспанія, Португалія, США та Канада, Німеччина та інші країни Західної Європи [4].

Сьогодні людські ресурси України переміщуються туди, де є більше можливостей забезпечення фонду людських благ та професійного розвитку. Набуває великого значення «бізнес-міграція».

Таблиця 1

Міграційний рух населення у січні-липні 2017 року [3]

	Кількість прибулих	Кількість вибулих	Міграційний приріст, скорочення (-)
Україна	**195118**	**192382**	**2736**
Вінницька	393	3062	-2669
Волинська	2357	2719	-362
Дніпропетровська	34139	10479	23660
Донецька	1238	19720	-18482
Житомирська	5339	5526	-187
Закарпатська	2105	2226	-121
Запорізька	119	2440	-2321
Івано-Франківська	6927	5966	961
Київська	29850	11886	17964
Луганська	114	16020	-15906
Львівська	13106	12160	946
Миколаївська	512	2513	-2001
Одеська	8693	7213	1480
Рівненська	6657	7281	-624
Сумська	7940	8264	-324
Тернопільська	575	1583	-1008
Харківська	33354	25538	7816
Хмельницька	642	2353	-1711
Чернігівська	2802	4203	-1401
м.Київ	15407	16299	-892

Раніше основний бізнес емігрантів залишався в Україні, а останнім часом можна спостерігати тенденцію, коли бізнесмени переводять усі свої компанії за кордон, вивозячи технології, ноу-хау і фахівців. Консультанти, які допомагають розв'язати організаційні питання «бізнес-емігрантам» у країнах Східної Європи, переживають неабиякий бум. У Литві за 2014-2015 рік видано понад 2500 нових посвідок на проживання українським громадянам [5].

З України відбувається значний «відтік мізків», виїжджають за кордон і вчені, і викладачі, спеціалісти в області медицини та високих технологій, і програмісти. Тому проблема «витікання кращих інтелектуалів» для нашої країни є вкрай болючою і актуальною [6].

Необхідно створювати середовище та умови для того, щоб люди могли застосовувати свої знання, вміння і реалізовували таланти тут. Акцент слід робити на ті галузі економіки, де у країни є конкурентні переваги.

Отже, сучасна економіка України переживає складні часи, коли відбувається великий відтік людського капіталу. Для зменшення міграції людського капіталу за кордон Уряду України необхідно:

- модернізувати інституційну базу, яка повинна орієнтуватись на підвищення рівня економічної безпеки держави шляхом запобігання виникнення неконтрольованих міграційних потоків;

- розробити нову програму підготовки та перепідготовки кваліфікованих кадрів за цільовим призначенням, тому що невигідно витрачати кошти, а потім втрачати людські ресурси;
- запровадити державний механізм повернення на постійне місце проживання до України трудових та освітніх мігрантів після тривалої трудової та освітньої міграції;
- вдосконалити нормативно-правове забезпечення в сфері міграції до міжнародних стандартів;
- створювати нові робочі місця, шляхом відкриття нових підприємств тощо;
- надавати робочі місця за фахом після закінчення ВНЗ, шляхом модернізування системи освіти для розвитку та самореалізації молоді.

Список використаної літератури

1. Стан, проблеми та перспективи розвитку людського капіталу в Україні / Роман Я. Ю., Роман С. І. // Економічний простір. – 2012. - №67. – С. 157-162.
2. Як Україні перемогти в боротьбі за людський капітал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://forbes.net.ua/ua/opinions/1405801-yak-ukrayini-peremogti-v-borotbi-za-lyudskij-kapital.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/ds/mr/mr_u/mr0717_u.html.
4. Вплив міграційних процесів на формування людського капіталу / Лукіна Г. І. // Таврійський державний агротехнологічний університет. – 2012. – С. 195-201.
5. Бізнес-емігранти: куди течуть українські інвестиції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://forbes.net.ua/ua/opinions/1403643-biznes-emigranti-kudi-techut-ukrayinski-investiciyi.
6. Трудова міграція українців за кордон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/78515.doc.htm.

Король Володимир Сергійович,
студент 4 курсу факультету міжнародних відносин Східноєвропейського національного університету імені Лесі країнки.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Загострення конкурентної боротьби на внутрішніх та зовнішніх ринках вимагає від підприємств підвищеної уваги до його фінансової безпеки. Особливої ролі набуває вирішення цього завдння саме у підприємств, що здійснюють експортно-імпортні економічні відносини.

Питанням фінансової безпеки діяльності підприємств приділяли увагу такі вчені як: О. І. Барановський, І. О. Бланк, К., О.В.Ареф'єва, Н.Й. Реверчук, О.І. Захарова, П.Я. Пригунова, С.Ф. Покропивний, Т. Аліссон, Г. Фостер, Й. Шумпетер тощо.

Під фінансовою безпекою слід розуміти такий стан фінансової, грошово-кредитної, валютної, банківської, бюджетної, податкової систем, який характеризується збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних впливів, здатністю забезпечити ефективне функціонування національної економічної системи та економічного зростання [1].

Сучасна економічна наука характеризує управління фінансовою безпекою при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності підприємства як спроможність підприємства нейтралізувати частково або повністю небезпечні внутрішні і зовнішні дії за допомогою важелів існуючого або удосконаленого механізму чи спеціально додатково залученими для цього ресурсами [2].

В сучасному глобальному економічному середовищі існує значна кількість загроз фінансової безпеки підприємства. Можна поділити їх на внутрішні та зовнішні загрози.

Загрози зовнішнього середовища, в першу чергу обумовлені об'єктивними процесами: глобалізацією фінансових ринків, значним рівнем інтеграції, посиленням конкуренції та конфліктів у процесі освоєння нових ринків тощо.

До загроз підприємства також слід відносити ризики, що відбуваються при здійсненні підприємством експортно-імпортних операцій, при умові виробництва власної продукції.

Управління ризиками дозволяє прогнозувати настання небажаної події і вчасно вжити заходи зі зниження чи запобігання появі ризику. Основна його мета – це мінімізація ризику.

Управління ризиком в цілях фінансової безпеки виробництва підприємства включає в себе такі методи:

1) усунення або запобігання ризику;

2) зменшення несприятливого впливу тих чи інших факторів на результати виробництва і в цілому підприємницької діяльності;

3) передача або переведення ризику шляхом його страхування.

4) оволодіння ризиком.

Для забезпечення фінансової безпеки на підприємстві і можливості передбачення ризиків на підприємстві доцільно створити відділ чи призначити відповідального, який буде діагностувати стану підприємства, прогнозувати можливі загрози та проводити низку заходів по забезпеченню стабільності системи фінансової зокрема та економічної безпеки підприємства в цілому.

Для управління фінансовою безпекою необхідно визначити її рівень. Для цього пропонують використання різних показників. До них можна віднести: обсяг статутного фонду; величину активів; обсяги реалізації продукції; оборотність активів; обсяг інвестицій; коефіцієнт рентабельності

капіталовкладень, термін їх окупності; рівень інноваційної діяльності; достатність сукупного та оборотного капіталів; ліквідність підприємства; величина ліквідного дефіциту; платоспроможність підприємства; максимальний ступінь ризику на одного позичальника; рівень оподаткування; період погашення дебіторської та кредиторської заборгованостей; величина позичкового відсотка, коефіцієнт покриття тощо.

За нестабільних зовнішніх умов першочергового значення набуває забезпечення на підприємствах комплексної системи фінансової безпеки, яка забезпечила досягнення і підтримання найважливіших фінансових пропорцій структури експортних та імпортних операцій, на рівні, необхідному для створення передумов ефективного функціонування виробництва підприємства в поточному та перспективному періодах.

Підприємства, що здійснюють зовнішньо-економічну діяльність знаходяться під впливом фіскальної, грошово-кредитної, валютної, митної, зовнішньоекономічної політики держави. Тому державі необхідно сприяти створенню сприятливих умов для розвитку підприємств та підтримувати їх прагнення вийти на зовнішні ринки шляхом мінімізації валютного, фіскального та інших ризиків.

Список використаної літератури

1. Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення / В. Т. Шлемко, І. Ф. Бінько : Монографія. – К. : НІСД, 1997. – 144 с. – (Сер. "Нац. безпека"; Вип. 2). – ISBN 966-554-002-5.

2. Мойсеєнко І.П., Марченко О.М. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства: навч. посібник. – Львів, 2011. – 380 с.

3. Реверчук Н.Й. Управління економічною безпекою підприємницьких структур: Монографія. – Львів: ЛБІНБУ, 2004. – 175 с.

Кравченко Дар'я Андріївна
студентка 2 курсу спеціальності «Видавництво та поліграфія»
факультету Економічної інформатики
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ПІДПРИЄМНИЦЬКА АКТИВНІСТЬ У ВИДАВНИЧІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Відповідно до класифікації видів економічної діяльності [1] видавнича діяльність включає:

видання книг, брошур, буклетів, словників, енциклопедій, атласів, карт і діаграм; видання газет, журналів і періодичних видань, каталогів та інших видів

друкованих видань, а також видання програмних продуктів у тому числі видання комп'ютерних ігор для всіх платформ;

придбання авторських прав на зміст (інформаційні продукти) та їх публікацію шляхом відтворення та поширення у різних формах (друкованій, електронній або аудіоформі, в мережі Інтернет, у вигляді мультимедійних продуктів тощо), крім виробництва кіно- та відеофільмів.

Відповідно даних національної статистики [2], видавнича діяльність, як вид підприємницької активності в Україні розвивається низпадаючими темпами. Це особливо помітно при аналізі динаміки кількості підприємств за їх розмірами (рис. 1). Якщо у 2010 – 2011 рр. у видавничій діяльності налічувалось два великих підприємства, 106 середніх підприємств, понад 4000 малих, з яких 81 % біли мікропідприємствами, то у 2015 р. в структурі виду економічної діяльності «Видавнича діяльність» великі підприємства – відсутні, кількість середніх підприємств знизилась вдвічі (55 підприємств у 2015 р.), кількість малих підприємств зменшилась на 40 %, а мікропідприємств на 16%.

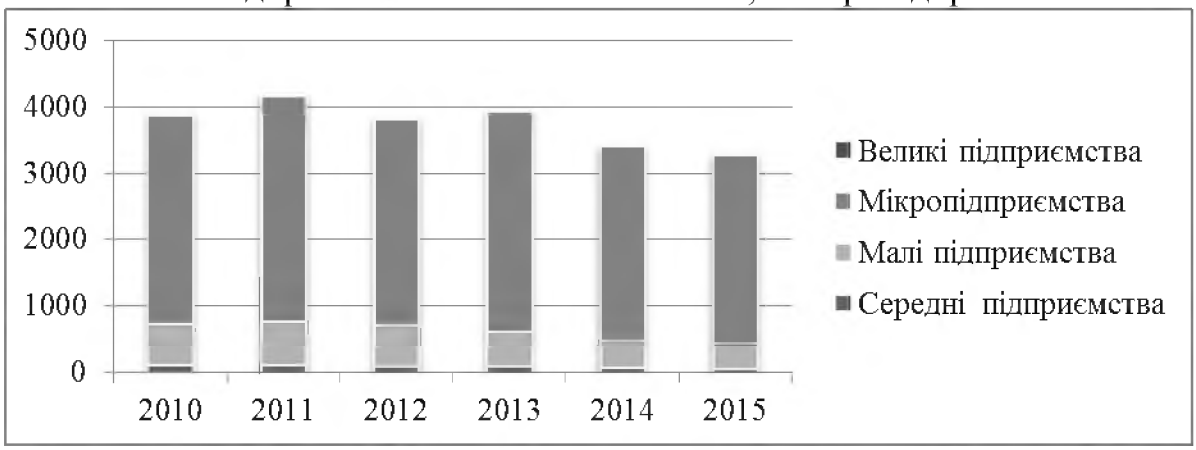


Рис. 1. Кількість підприємств видавничої діяльності за період 2010-2015 рр.

Кількість зайнятих працівників у видавничій справі також знижується. Якщо у 2010 р. чисельність персоналу підприємств видавничої діяльності складала 33,5 тис. осіб, то у 2015 р. кількість працівників дорівнювала 21,8 тис. осіб, тобто скоротилась на 34,92 % за 2010 – 2015 рр., або на 6,45 % щорічно.

Якщо розглянути середню чисельність працівників підприємств видавничої справи на одному підприємстві за його розмірами, то з'ясується, що на середніх підприємствах в працює 116 осіб, на малих – 4 – 5 осіб, а на мікропідприємствах – 3 особи. Таким чином, у сфері видавничої діяльності практично відсутня градація між малими і мікропідприємствами. Слід також зазначити, що величина середньої заробітної плати працівників малих та мікропідприємств, за даними статистичної звітності, також тотожні: 2867,42 грн. на місяць на малих підприємствах та 2445,58 – на мікропідприємствах (за даними 2015 р.), у той час, як на середніх підприємствах середньомісячна заробітна плата складала 4618,49 грн. У той же час, при аналізі витрат на соціальні заходи підприємств видавничої діяльності

можна побачити, що середні і малі підприємства здійснюють відрахування приблизно однаковими сумами, в той час, як мікропідприємства здійснюють відрахування сумами майже у 1,5 рази нижчими, хоча сумарна чисельність зайнятих на середніх – 6,4 тис. осіб, малих – 7,1 тис. осіб і мікропідприємствах – 8,3 тис. осіб за даними 2015 р.

Дослідимо також фінансові результати підприємств видавничої діяльності. За даними Державної служби статистики, протягом 2012 – 2015 рр. майже 60 % середніх підприємств видавничої діяльності були прибутковими (табл. 1), питома вага прибуткових малих підприємств досягає 70 %. Однак збитки, які одержали відповідно 40 % середніх та 30 % малих підприємств на стільки значні, що видавнича діяльність протягом чотирьох років залишається неприбутковою.

Таблиця 1

Прибутковість підприємств видавничої діяльності за їх розмірами

Показник	Роки	підприємства, які одержали прибуток		підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
Чистий прибуток (збиток)	Середні підприємства				
	2012	68,2	177,1	31,8	243,1
	2013	66,2	204,7	33,8	194,8
	2014	59,7	156,1	40,3	697,7
	2015	58,5	95,0	41,5	440,6
	Малі підприємства				
	2012	63,8	247,9	36,2	264,3
	2013	62,6	225,9	37,4	197,3
	2014	65,3	204,0	34,7	936,6
	2015	72,2	261,9	27,8	458,3

Рівень рентабельності операційної діяльності протягом 2012 – 2013 рр. у видавництві був незначним 2 – 3,7 %, однак позитивним. Починаючи з 2014 р. операційна діяльність стає збитковою, як для середніх, так і для малих підприємств видавничої діяльності.

Основною причиною зниження прибутковості та рентабельності операційної діяльності підприємств видавничої сфери стало різке падіння обсягів реалізованої продукції. Протягом 2012 – 2015 рр. обсяги реалізації середніх підприємств скоротились з 4367,7 млн. грн. до 1815,8 млн. грн., або у 2,4 рази. Малі підприємства також скоротили обсяги реалізації з 3648,7 млн. грн. до 3553,3 млн. грн., однак падіння склало лише 2,61 % за чотири роки.

Слід також відмітити нарощування дебіторської заборгованості на підприємствах видавничої діяльності. При зниженні обсягів реалізації дебіторська заборгованість за товари, роботи та послуги залишається майже незмінною протягом 2012 – 2015 рр. на рівні 455,6 млн. грн. на середніх та

674,3 млн. грн. на малих підприємствах; за розрахунками з бюджетом на середніх підприємствах вона скоротилась в 2,47 рази, а на малих збільшилась в 2,05 рази; інша поточна дебіторська заборгованість на середніх підприємствах залишається на рівні 167,7 млн. грн., а на малих підприємствах – збільшилась у 2 рази і складала 575,8 млн. грн. у 2015 р. При цьому кредиторська заборгованість підприємств видавничої сфери залишається майже незмінною, не перевищує дебіторську в складає в середньому 1403,6 млн. грн. як для середніх, так і для малих підприємств.

Висновок. Поточний стан видавничої діяльності є складним і таким, що потребує модернізації. Більшість підприємств видавничої сфери сфокусовані на виробництві друкованих видань різних видів (книг, брошур, буклетів, словників, енциклопедій тощо), однак сучасний світ будується на електронному контенті, тому доцільно якнайшвидше включати в структуру виробництва та збільшувати присутність в структурі електронних, інформаційних, мультимедійних продуктів, а також змінювати канали збуту, долучаючи прямий збут в мережі Інтернет.

Список використаної літератури

1. Класифікатор видів економічної діяльності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://evrovektor.com/kved/2010/.
2. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ9_u.htm.

Кривцов Артем Олегович
студент ІІ курсу спеціальності «Право»
Коледжу МНУ імені В.О. Сухомлинського
Науковий керівник:
Герус-Бахтіна Наталія Анатоліївна,
викладач ІІ категорії Коледжу МНУ імені В.О. Сухомлинського

РОЗВИТОК КОМЕРЦІЙНО-ТОРГОВЕЛЬНОГО ЖИТТЯ УКРАЇНИ В СУЧАСНІЙ НУМІЗМАТИЦІ

Україна є провідною країною, де активно розвиваються індустріальна, туристична, фінансово-економічна та науково-дослідницька сфери. Саме завдяки цим аспектам, держава може створювати міжнародні договори, розвивати інвестиційні потоки та відкривати нові дослідницько-освітні проекти для вітчизняних та іноземних молодих спеціалістів.

Саме сучасна нумізматика відкриває нам історію та багатогранну інформацію розвитку новітньої комерції та торгівлі, а також розбудову спеціальної профільної освіти, яка створює висококваліфіковані кадри для реалізації у життя сучасних проектів та винаходів.

У 1992 році України стала повноправним членом Європейського банку реконструкції та розвитку. Про це свідчить Указ Президента України від 14.07.1992 № 379 «Про членство України в Європейському банку реконструкції та розвитку» [1].

А вже у 1998 році на території держави відбулися Щорічні збори Ради керуючих Європейського банку реконструкції та розвитку [2].

8 травня 1998 року, на честь цієї важливої для країни події, Національний банк України разом з Монетним двором випустили пам'ятну монету. Монета була виготовлена з нейзильберу (сплав міді, нікелю та сталі), а номінал складав 2 гривні (Рис.1) [5;9]



Рис.1. Пам'ятна монета НБУ до події - членства України в Європейському банку реконструкції та розвитку, 1998р.

На аверсі монети відкарбовано малий Державний герб України, навколо якого утворено умовний квадрат з написами: «Україна», рік карбування та номінал монети [9].

На реверсі зображено офіційний логотип Європейського банку реконструкції та розвитку, над яким розташований пам'ятник засновникам Києва – найвідоміша історична пам'ятка столиці України, а також у квадратній формі реверс прикрасили такі написи на англійській мові: «EBRD ANNUAL MEETING» (Щорічні збори ЄБРР), «BOARD OF GOVERNORS» (Рада керуючих), «KYIV MAY 1998» (Київ, травень 1998) [9].

Сьогодні, Україна активно співпрацює з Європейським банком та має 0,8% капіталу. Згідно президентського Указу, на рівні Ради керуючих державу представляє член Ради Міністр фінансів України, заступником члена Ради від України є Голова Національного банку України. Юридичний захист Указу та Угоди про заснування ЄБРР на території країни здійснює Міністерство юстиції України [2].

Протягом п'яти років українську дирекцію ЄБРР очолює Андре Куусвек. Найбільш пріоритетними напрямками українського банку є фінансування муніципальних проектів, осучаснення експортного виробництва машинобудування, розвиток готельного господарства, фінансування найперспективніших приватизованих підприємств та створення експериментальних проектів у житловій сфері [2].

Ще за часів XVIII ст. комерція почала розвиватися на теренах України. Відкривалися перші контрактові ярмарки та торговельні установи [3].

В кінці XVIII ст. у Львові діяв контрактовий ярмарок, де шляхтичі здійснювали оренду нерухомості, кредитні операції, укладання угод та купівлю-продаж сільськогосподарської продукції [3].

Перший київський контракт було укладено у січні 1798 року. Цей період вважають заснуванням першого київського контрактового ярмарку. До Києва приїжджали купці з різних країн світу. Спочатку контракти документально оформлювалися в міському магістраті, а вже у XIX ст. українські та англійські архітектори побудували палац на Подолі для того, щоб купці та заможні кияни мали змогу підписувати угоди та укладати контракти та місці самого ярмарку [3].

Але, після приходу радянської влади, контрактовий ярмарок почав поетапно припиняти своє існування. Навіть у 20-х роках XX ст. коли його хотіли відродити, він не набув такого формату, який був декілька десятків років назад. У 1930 році контрактовий ярмарок припинив своє існування остаточно [3].

Коли Україна отримала свою незалежність, у 1994 році Київський контрактовий ярмарок отримав друге дихання, і навіть отримав міжнародний статус. Але, його діяльність стала більш виставковою та показовою.

200 років Київському контрактовому ярмарку виповнилося у 1996 році, і саме 16 жовтня того ж року, Монетний двір НБУ випустив срібну дорогоцінну ювілейну монету. Номінал монети складає 20 гривень (Рис.2) [5;9].



Рис.2. Пам'ятна монета НБУ- 200 років Київському контрактовому ярмарку, 1996р.

На аверсі монети зображено хрестоподібну композицію із горизонтальних стилізованих ліній, на тлі яких зображено паперовий сувій із малим Державним гербом України. Над основним малюнком зроблено напис «Україна», під малюнком відкарбовано номінал монети. Ліворуч зображено рік карбування, а праворуч пробу срібної монети, яка зазначена у спеціальному сертифікаті НБУ [9].

На реверсі монети можна побачити Старокиївську фортецю – історичну пам'ятку Києва, а також будівлю міського магістрату, де було проведено першу контрактову ярмарку та укладено перший контракт. Додатково композицію прикрасили мотиви подільської набережної з боку Дніпра і двощогловий корабель приблизно XIX ст. Але, унікальність монети полягає у тому, що у лівій верхній стороні можна побачити терези, які, з точки зору геральдики,

символізують торговельну сферу діяльності, а також правову рівність і справедливість у вирішенні будь-яких питань. Над малюнком відкарбовано напис «Київський контрактовий ярмарок», а у низу: «200 років» [4;9].

Україна здавна славиться своїми видатними діячами та спеціалістами. Саме на території цієї країни знаходиться чимало вищих навчальних закладів з великою багатолітньою історією, які випускають висококваліфікованих економістів та фінансистів, які розбудовують економічний потенціал держави.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана розпочав свою історію на початку XX ст. Спочатку на базі навчального закладу діяли Вищі комерційні курси, а вже потім почав реформуватися у інститут та університет. Сьогодні університет готує першокласних економістів, менеджерів національного та міжнародного рівнів, юристів, фінансистів, ІТ-менеджерів та маркетологів [6].

У 2006 році Монетний двір НБУ випустив срібну ювілейну монету на честь 100-річного ювілея Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана. Номінал монети складає 5 гривень (Рис.3) [9].

На аверсі монети зображено динамічні візерунки сучасних економіко-фінансових процесів, міжнародних валютних та математичних знаків. На тлі візерунків відкарбовано малий Державний герб України, напис «Україна», рік карбування та номінал монети [9].



Рис. 3. Ювілейна монета НБУ на честь 100-річного ювілея Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, 2006 р.

На реверсі зображено Головний корпус університету, навколо якого зроблено написи «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» та «100 років» і рік заснування навчального закладу [9].

Харків, як студентська «столиця» України також славиться своїми вищими навчальними закладами. Але, провідне місце у економіко-фінансовій освіті посідає Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця.

Даний університет заснований у 1930 році і спочатку мав назву «Харківський інститут народного господарства». А через деякий час був перейменований у Харківський інженерно-економічний інститут. У 1994 році вищий навчальний заклад отримав статус університету [7].

Сьогодні, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця готує висококваліфікованих спеціалістів у галузях економіки, підприємства, менеджменту, інформатики, державного управління та ін. [7].

У 2006 році Монетний двір НБУ на честь університету випустив пам'ятну монету із нейзильберу, номінал якої складає 2 гривні (Рис.4) [9].



Рис. 4. Пам'ятна монета НБУ на честь Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, 2006 р.

На аверсі монети зображено по центру малий Державний герб України, який прикрашає напис «Національний банк України», у нижній частині можна побачити рік випуску та номінал монети [9].

На реверсі монети відкарбовано Головний корпус університету та його логотип, які прикрашені стилізованими лініями. Серед ліній зроблено написи: «Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця» та «Рік заснування – 1930» [9].

Київський національний торговельно-економічний університет є одним з найкращих вищих навчальних закладів України. Свою історію університет розпочав у 1946 році. За численністю студентів навчальний заклад також є одним з найбільшим, оскільки у ньому навчається біля 40 000 студентів. В університеті діє аспірантура і докторантура, а також міжнародна діяльність [8].

На сьогоднішній день, Київський національний торговельно-економічний університет готує сучасних молодих спеціалістів з економіки, менеджменту, ІТ-технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, торгівлі, маркетингу, банківської та фінансової справи та ін. [8].

У 2016 році Монетний двір НБУ на честь 70-річного ювілея випустила ювілейну монету. Вона буда виготовлена із нейзильберу, а номінал складає 2 гривні (Рис. 5) [9].



Рис. 5. Ювілейна монета НБУ до 70-річного ювілея Київського національного торговельно-економічного університету, 2016 р.

На аверсі монети зображено у верхній частині малий Державний герб України, а по центру офіційну емблему Київського національного торговельно-

економічного університету, який прикрашений багатьма геральдичними знаками, завдяки яким розкриває величну історію вищого навчального закладу [9].

На реверсі відкарбовано Головний корпус університету, над яким розташована академічна шапка – символ знань, освіти та науки. Під основним малюнком зображено оригінальний стилізований напис-логотип «70 років», а навколо усієї композиції зроблено напис «Київський національний торговельно-економічний університет» [3;9].

Тому, базуючись на вище сказаному, сучасна нумізматика України відкриває усі секрети історичних подій комерційно-торговельного життя, а також своєрідно розвиває міжнародні інвестиційні зв'язки, адже якщо кожний представник іноземної країни буде звертати увагу на колекційні нумізматичні та геральдичні матеріали, то він зможе активно інвестувати у розвиток України.

Список використаної літератури

1. Указ Президента України від 14.07.1992 № 379/92 "Про членство України в Європейському банку реконструкції та розвитку";
2. Міжнародні фінанси : Підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / О. І. Рогач, А. С. Філіпенко, Т. С. Шемет, Н. Д. Амалян, С. Я. Боринець, Б. А. Бузинар, А. В. Буквич, І. В. Бураковський, Г. Б. Бурляй, В. А. Вергун. - К. : Либідь, 2003. - 784 с. - укр.
3. Енциклопедія історії України. Лазанська Т. І. — К. : Наукова думка, 2007. — Т. 4. — ISBN 978-966-00-0692-8., стор. 257—258
4. Энциклопедия символов. Баешко Л.С., Гордиенко А.Н., Гордиенко А.Н., / под ред. О.В. Перзашкевича. М.: Эксмо, 2007-304 с.
5. Банкнотно-монетний двір Національного банку України. Арешкович Р.В., Плітченко В.В., Колесник С.Д., Патрікац Л.М., Смовженко М.Я. К.: ГЕУ НБУ, 2008. – 28 с.
6. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана https://uk.wikipedia.org/wiki/Київський_національний_економічний_університет_імені_Вадима_Гетьмана
7. Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця https://uk.wikipedia.org/wiki/Харківський_національний_економічний_університет_імені_Семена_Кузнеця
8. Київський торговельно-економічний університет https://uk.wikipedia.org/wiki/Київський_національний_торговельно-економічний_університет
9. Список ювілейних та пам'ятних монет України https://uk.wikipedia.org/wiki/Список_ювілейних_та_пам%27ятних_монет_України_з_недорогоцінних_металів

Кудацький Валерій Валерійович
студент
Науковий керівник:
Митяй Світлана Анатоліївна
ст.викладач кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Однією із базових характеристик економіки країни, незалежно від поставлених цілей – забезпечення конкурентоспроможності, стабільності, стійкого розвитку – є її потенціал. Дослідженню різних аспектів потенціалу, визначенню сутності, механізму формування, методології оцінювання тощо присвячено значну кількість праць зарубіжних та вітчизняних економістів, зокрема АнчишкінаА.І., Райзберга Б.А., Чичкало-Кондрацької І.Б., Шумської С.С. таін. [1,2,3,4]. Проте, досягти успіху в перебудові національногоекономічного механізму можливо лише через стимулювання розвитку виробничих потужностей кожного підприємства, зокрема, його виробничого потенціалу.

Концепція розвитку України передбачає пошук нових факторів і резервів економічного зростання, якщо раніше економіка розвивалася за рахунок залучення у виробництво нових ресурсів, то тепер вирішення багатьох складних економічних проблем стає можливим тільки на основі підвищення ефективності використання усього того, що складає господарський потенціал країни. Категорія “господарського потенціалу” має основоположне значення для дослідження та прогнозування ефективних напрямків та обсягів виробництва продукції різних галузей. Особливе місце в господарському потенціалі країни займає потенціал окремого підприємства.

Підприємство є головною ланкою у системі комплексу і контролює усі ресурси виробництва. Саме на підприємстві складаються виробничі і соціальні відносини, створюється дохід, який є джерелом формування національного доходу будь-якої держави.

Результативність використання потенціалу підприємства забезпечує ефективність функціонування економіки країни та динамізм її розвитку.

Дослідження потенціалу в теоретичному та практичному плані перш за все визначається його роллю у відтворенні господарства країни, у відтворенні соціально орієнтованої економіки. Більш повне використання потенціалу є ключовою задачею інтенсифікації економіки країни і її підприємств.

Механізм управління й зростання економічного потенціалу підприємства (ЕПП) має бути спрямований на досягнення завдань, що стоять перед ним та його елементами (організаційними й економічними), і будуватися, як і будь-яке складне системне утворення, на основі специфічних принципів.

В економічній літературі принципи побудови складного організаційного утворення прийнято поділяти на: загальні, що характеризуються постійною дією в усіх матеріальних системах; специфічні, які постійно діють тільки в чітко визначеній сферісоціальної системи; ситуаційні, дія яких має непостійний характер.

Визначення загальних принципів побудови організаційно-економічного механізму (ОЕМ) в розрізі структурних принципів дасть змогу забезпечити чітку взаємодію між спільними цілями і завданнями, з одного боку, і їх розподіл на більш специфічнії дрібні – з іншого, сприятиме правильному призначенню і підбору відповідальних виконавців за розвиток ЕПП, закріпленню за ними відповідних повноважень і відповідальності, а також створенню цільових команд.

Серед специфічних принципів, які використовуються при формуваннімеханізму розвитку, слід виділити принципи економічного планування,прогнозування, цілеспрямованості, розподілу.

Особливості застосування ситуаційних принципів обумовлені ситуацією, що складається, абоособливим характером діяльності. Ці принципи можуть діяти при створенні команди виконавців, відповідальних за певну ділянку розвитку й управління.

Механізм функціонування й зростання економічного потенціалу підприємства, в основу якого покладена вищевикладена система принципів, має бути сукупністю економічних, організаційних, а також мотиваційних, правових способів цілеспрямованої дії, яка забезпечує узгодження інтересів в процесі функціонування сторін, об'єктів ісуб'єктів управління, які взаємодіють між собою.

Кожен елемент механізму розвитку, у свою чергу, також є специфічним механізмом структуризації процесів, що протікають в організації; системного планування істратегічного управління; інформаційної взаємодії. Механізмрозвитку є невід'ємною частиною інтегрованого механізму управління підприємством.

У ході формування стратегії концепція адаптивного розвитку економічного потенціалу підприємства реалізується у вигляді двостадійного комплексу процедур: комплексного й поелементногооцінювання рівня наявного потенціалу та управління процесом його розвитку.

Безумовно, результати комплексного оцінювання в сукупності із зовнішнім і внутрішнім аналізом є основою для прийняття загальної стратегічної лінії розвитку організаці. Причому результати внутрішнього аналізу також будуються на даних про наявний потенціал.

Об'єктом оцінювання й управління в даному випадку може виступати стратегічний план розвитку як окремих елементів, так і усієї сукупності потенціалів, що утворюють економічний потенціал підприємства. План повинен містити також твердження про майбутній розвиток підприємства з урахуванням особливостей зовнішнього середовища (економічних, технологічних, соціальних, організаційних, правових і політичних). Оскільки розвиток економічного потенціалу має не лише суб'єктивне, але й об'єктивне значення, то оцінка досягнутого рівня розвитку повинна будуватися з урахуванням об'єктивної реальності

Отже, яку б стратегічну лінію не вибрало керівництво підприємства: стратегію зростання (стратегію оптимального зростання, стратегію обмеженого зростання, комбіновану стратегію) або стратегію згортання, функціональністратегії (стратегію науково-технічного розвитку, стратегію маркетингу, кадрового розвитку, нову виробничу або товарну стратегію) або навіть реорганізацію підприємства (при реалізації стратегій оптимального зростанняабо згортання), рішення, що приймаються при реалізації таких стратегій, повинні, безумовно, передбачати заходи, спрямовані на розвиток потенціалу підприємства.

Список використаної літератури:

1. Анчишкин А.И. Прогнозирование роста экономики – М.:Экономика, 1996. – 98 с.

2. Райзберг Б.А., СтародубцеваЕ.Б.Курс экономики: Учебник. – М.: Инфра-М, 2010. – 672 с.

3. ЧичкалоКондрацькаІ.Б. Новий підхід дооцінки резервіввиробничого потенціалу підприємств // Регіональніперспективи. – 2000. – №1. – С. 19-20

4. ШумськаС.С.Особливості побудови та використання інтегральнихпоказників у міжнародній та українській практиці // Економіст: – 2006. – № 11 . – С. 74-77.

Куліковський Віктор Валерійович
студент
Науковий керівник:
Суходольська Анна Сергіївна
ст. викладач
Житомирський державний технологічний університет

ХЕДХАНТИНГ ЯК ОДИН ІЗ ІНСТРУМЕНТІВ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ

На даний час хедхантинг відіграє одну з провідних роль у функціонуванні різних компаній. Особливо це стосується великих корпорацій, які займають передові позиції на світовому, національному та інших ринках у сферах виробництва товарів і послуг.

Хедхантинг, або по-іншому «полювання за головами», найчастіше розглядається як переманювання працівників з інших компаній. Хедхантери – люди, які займаються пошуком людей за певними критеріями, підшукують людей, котрі їм потрібні, використовуючи різні методи й намагаються їх переманити із однієї компанії в іншу.

Різні підприємства намагаються виманити ключових працівників з компаній своїх конкурентів, щоб похитнути діяльність підприємства та дізнатися таємну інформацію свого конкурента про новий товар (послугу), який компанія хотіла б вивести в майбутньому на ринок.

«Полюванням за головами» займаються як й окремі фірми, так і спеціальні служби створенні на підприємстві. Це, найчастіше, стосується тільки великих компаній так, як послуги хедхантера дуже дорогі і за неофіційними даними становлять приблизно 16-30% від річної заробітної плати працівника, якого вони підшукують. Саме тому хедхантери переважно займаються пошуком ключових престижних вакансій на підприємствах, таких як: топ-менеджери, головні бухгалтери, юристи та інші.

Головними користувачами хедхантингових послуг здебільшого є компанії двох типів:

- Компанії, які вийшли зі стадії бурхливого зростання і розвитку й переживають стадію стабілізації. Їх завдання полягає в оптимізації бізнес-процесів і загального менеджменту. Для утримання ринкових позицій і подальшого розвитку їм потрібно все більше професійних управлінців і висококваліфікованих фахівців.

- Компанії, які інтенсивно розвиваються або знаходяться на стадії становлення. Таким компаніям потрібні менеджери, які мають серйозний досвід, здатні розробляти стратегію розвитку компанії, бізнес-процеси, підтримувати цілісність команди, працювати з інвестиційними проектами, а також вузькі фахівці, які могли б стати одним з головних конкурентних переваг організації [1].

Головною специфікою хедхантингу являється те, що правила встановлюють не замовники, а той працівник, якого наймають на ту чи іншу посаду. Тобто при підборі працівника, хедхантери мають відштовхуватися від його побажань, враховується, щоб працівник хотів би отримати, якби перейшов працювати в фірму, яка його запрошує.

Хедхантинг використовується підприємствами, які розвиваються або уже зайняли певне місце на ринку, і їм потрібні компетентні та досвідчені працівники для подальшого успішного функціонування, максимізації прибутку від своєї діяльності. Ще однією стороною хедхантингу являється переманювання ключових працівників підприємства, які знають конфіденційну інформацію, або брали участь у розробці тих чи інших товарів, щоб в подальшому обійти своїх конкурентів.

Яскравим прикладом хедхантингу є автомобільна компанія Tesla, яка переманила до себе в фірму 150 робітників з відомої фірми Apple. Це були

переважно працівники ІТ-сфери і дизайнери, які на даний час займаються розробкою електромобілів [2].

В Україні хендхантинг з'явився недавно, він також став інструментом переманювання працівників в ІТ-сферах топ менеджерів, маркетологів та інших. Але в нашій країні він не набув такого поширення як в західних країнах світу. Проте, сподіваємось, що в майбутньому з розвитком української економіки та підвищення конкурентоспроможності працівників в ринку праці хедхантинг набере популярності серед усіх підприємств.

З приходом в Україні іноземних інвестицій хендхантинг змінив напрям «полювання», і став популярним методом підбору персоналу у аграрній сфері, яка на даний час швидкими темпами розвивається. Хедхантинг починає виконувати важливу роль в функціонуванні багатьох підприємств, так як він дає можливість підприємству підібрати ключових працівників для фірми, розвиватись і займати передові місця на ринку й обігнати своїх конкурентів по розвитку, винайденню нових технологій чи послуг.

На нашу думку, хедхантинг є важливим інструментом підбору персоналом в ринковій економіці, але за тих умов, що хедхантинг буде проводиться в межах нормативно-правової бази, тобто при переманюванні працівників хедхантери не будуть використовували методи, які суперечать нормам права та ділової етики.

Список використаної літератури

1. Осипенко А. М. Значення та розвиток хедхантингу на сучасних підприємствах [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://www.ua.z-pdf.ru/7ekonomika / 969865-1- osipenko- udk- 0059522- magistr- roku-navchannya-fakultetu-ekonomiki-prava-hneu-im-kuznecya-znachennya-rozvitok-hedhantingu.php. – Дата звертання: 27.09.17.

2. Чому Tesla переманила з Apple більше 150 співробітників, і вони нехочуть назад [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://www.cn.ua/news/apple/18951-chomy-tesla-peremanila-z-apple-bilshe-150-spivrobitnikiv-i-voni-ne-hochyt-nazad.html. – Дата звертання 27.09.17.

Кулініч Марина Русланівна
студентка
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник:
Токар Володимир Володимирович
д.е.н., проф., професор кафедри міжнародних фінансів

МІЖНАРОДНЕ ГРАНТОВЕ ФІНАНСУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Малі та середні підприємства (далі – МСП) формують значний та надзвичайно важливий сегмент економіки. Оскільки сектор малого та середнього підприємництва має вирішальну роль у створенні нових робочих місць, економічного зростання та інновацій, ці економічні одиниці визнані в усьому світі як основні суб'єкти соціально-економічного розвитку. Саме тому формуванню та розвитку малого та середнього підприємництва уряди практично кожної країни приділяють досить велику увагу.

Важливою умовою належного функціонування МСП є наявність необхідного обсягу фінансування. Одним із джерел зовнішнього фінансування суб'єктів МСП є отримання грантів. Тому дослідження діяльності організацій, фондів та програм, які є донорами МСП є досить актуальним, оскільки результати такого дослідження сприятимуть розвитку підприємництва та економіки.

Найбільш популярними міжнародними програмами, що здійснюють грантове фінансування малого та середнього підприємництва є:

- Програма ЄС з підтримки малого і середнього бізнесу COSME, що розрахована на 2014-2020 рр. і бюджет якої складає – 2,3 млрд. євро. Програма COSME спрямована на підтримку таких напрямків як: ширший доступ до фінансування малих і середніх підприємств; доступ до ринків для малих і середніх підприємств; підприємництво; більш сприятливі умови для створення і зростання бізнесу [1].

- Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР) допомагає підприємствам залучати висококваліфікованих консультантів, які здатні якісно трансформувати їх бізнес, і надає гранти для часткової оплати послуг консультантів. Фінансування надає Європейський Союз та країни-донори і покриває частину витрат у розмірі до 10 000 євро. Варто додати, що ЄБРР надає грантову підтримку малому та середньому бізнесу в Україні з 2010 року і, як результат, через рік після завершення проектів, профінансованих ЄБРР, 26%

українських малих і середніх підприємств збільшили дохід на 45%, 24% – збільшили продуктивність на 30%, 15% – розширили асортимент продукції, 13% - залучили фінансування в середньому на 630 тис. євро кожне [2].

- Програма Розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) є глобальною мережею ООН в галузі розвитку, що діє в 170 країнах. З метою досягнення таких цілей як ліквідація бідності, достойна робота і економічний ріст, ПРООН надає допомогу МСП. Так, наприклад, в Україні з 2015 року ПРООН підтримала 550 бізнесів, які створили біля 3 000 робочих місць. У 2017 році проводився конкурс бізнес-грантів для внутрішньо переміщених осіб, які проживають на підконтрольній Україні частинах Донецької та Луганської областей, з метою започаткування, відновлення або розширення підприємницької діяльності [3].

- Глобальний інноваційний фонд (Global Innovation Found – GIF) це некомерційний інноваційний фонд, який фінансує інноваційні ідеї для поліпшення соціально-економічного життя в країнах з низькими доходами тобто в країнах, що розвиваються. Фонд використовує багаторівневу модель фінансування і пропонує три етапи фінансування: до 230 тис. дол. США для пілотного етапу; до 2,3 млн. дол. США для інновації, які вже показали певний успіх в малих масштабах (перехідний етап); до 15 млн. дол. США -- етап розширення масштабів інновацій, які вже продемонстрували значний досвід соціального впливу і ефективності [4].

- Програма Horizon 2020 – найбільша програма Європейського Союзу, спрямована на фінансування досліджень та інноваційних розробок, розрахована на 2014-2020 рр. і бюджет якої складає – 80 млрд. Євро. Протягом перших двох років впровадження програми (2014-2015 рр.) більше 1200 МСП були відібрані для отримання фінансування, 513 млн. Євро були інвестовані в успіх інноваційних МСП. До кінця програми Horizon 2020 приблизно 7500 малих і середніх підприємств мають отримати фінансову підтримку задля виведення своїх інноваційних продуктів на ринок [5].

Розвиток міжнародного грантового фінансування МСП є особливо важливим для економік країн, що розвиваються, оскільки саме в таких країнах через слабкий розвиток банківської системи часто відчувається нестача доступних для суб'єктів МСП коштів. Що стосується України, то на думку експертів, саме відсутність доступу МСП до фінансових ресурсів разом з корупцією та надмірним регулюванням підприємницької діяльності і відсутністю ефективної дерегуляції є основними проблемами розвитку МСП [6, с. 7].

Крім того, для збільшення ймовірності отримання грантового фінансування МСП від міжнародних донорів, інвестиційний рейтинг країни має бути достатнім аби грантонадавачі повірили, що виділені ними кошти будуть витрачені відповідно до цільового призначення.

Список використаної літератури

1. Європейська Комісія [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://ec.europa.eu/easme/en/cosme.
2. Європейський банк реконструкції і розвитку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ebrd.com/what-we-do.html.
3. Програма Розвитку Організації Об'єднаних Націй в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ua.undp.org/content/ukraine/en/home.html
4. Глобальний інноваційний фонд [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://globalinnovation.fund/apply/steps/what-type-and-amount-of-funding-should-i-apply-for/.
5. Європейська Комісія [Електронний ресурс]. — http://ec.europa.eu/programmes/horizon2020
6. Розвиток малого і середнього підприємництва в Україні: проблеми, потреби, перспективи. — К.: Центр громадської експертизи, Центр міжнародного приватного підприємництва, 2015. – 44 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://donetskcci.com/images/files/SME_Needs.pdf.
7. Hande Karadag The Role and Challenges of Small and Medium-sized Enterprises (Smes) in Emerging Economies: An Analysis from Turkey Business and Management Studies Vol. 1, No. 2; September 2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/282532205_The_Role_and_Challenges_of_Small_and_Medium-sized_Enterprises_Smes_in_Emerging_Economies_An_Analysis_from_Turkey.

Лихолат Ольга Олександрівна,
студентка І курсу денної форми навчання, ОС «Магістр» факультету міжнародної торгівлі та права
Київського національного торговельно-економічного університету

ЗАХИСТ НАЦІОНАЛЬНИХ ВИРОБНИКІВ ЯК ОДИН З ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Проблем захисту національного товаровиробника, на сьогоднішній день, гостро постала як перед економікою України, так і всього світу. Багато українських підприємців потерпає від іноземної конкуренції, надмірних податків та бар'єрів при виході на світовий ринок.

Велика кількість дешевої робочої сили у слаборозвинених та країнах, що розвиваються, дозволяє зарубіжним компаніям утримувати низьку заробітну плату для приваблюваних ресурсів. Також «на руку» для цих компаній стає те, що країна входить у міжнародні торгові угоди, а це, в свою чергу, зумовлює низькі податки на експорт продукції, що дає зарубіжним товаровиробникам значні конкурентні переваги.

Тому, за рахунок цього відбувається швидке зростання зарубіжних компаній на українському ринку, а це призводить до послаблення національних виробників. Таким чином, українська економіка мусить вживати заходи протекціоністської політики.

Велика кількість захисних заходів для підтримки і підйому власного виробництва передбачена угодами ГАТТ. Проте їх застосування потребує ґрунтовної підготовки з боку відповідних органів влади, а саме розробку конкретного плану заходів та обґрунтування можливості їх застосування у відповідності з правилами та процедурами ГАТТ.

В Україні діє ряд законів про захист вітчизняного виробника від субсидованих імпортних поставок та поставок, які є об'єктом демпінгу, але, на жаль, на практиці вони ще використовуються не достатньо ефективно.

Також не слід забувати, що при цьому всьому на сьогодні і великий показник тіньового сектору, що також негативно впливає як на національних товаровиробників, так і на економіку України в цілому.

Підтвердженням цьому є дані Міністерства економічного розвитку і торгівлі за 2017р. У 2015р. рівень тіньової економіки становив 40% до офіційного ВВП. У 2016р. цей показник дещо підвищився і в першому кварталі становив 43%, проте до кінця року знизився до 35% . У першому кварталі 2017р. рівень тіньової економіки становив 37% [1].

Ще однією проблемою на шляху українських товаровиробників постає продаж товарів в Україні за демпінговими цінами, тобто за цінами, нижчими, ніж у країні, що виробила цей товар. Щоб запобігти цьому уряд нашої держави проводить антидемпінгову політику та розслідування щодо виявлення факту демпінгу та його впливу на діяльність національного товаровиробника. У випадку встановлення факту демпінгу, вживаються антидемпінгові заходи у вигляді антидемпінгового мита, яке сплачується іноземними виробниками при ввезенні на митну територію України такого товару [2, с. 392].

На сьогоднішній день, одним з головних недоліків українських виробників, що зумовлює їх «відставання» від зарубіжних конкурентів є використання застарілого обладнання та недостатня кількість вітчизняної сировини для виробництва. Їм доводиться імпортувати сировину з-за кордону, а це тягне за собою великі витрати, які б можна було використати на імпорт оновленого, сучасного обладнання для виробництва.

Одним з перспективних напрямів для національних виробників є виробництво на давальницькій сировині. Наприклад, значна частина великих українських підприємств легкої промисловості працює на давальницькій

сировині для відомих зарубіжних брендів. За даними Української асоціації підприємств легкої промисловості, близько 85% виготовлених в Україні суконь і костюмів з брендовими етикетками відправляють за кордон [3].

Зокрема, з-за кордону приходять тканини, нитки, бирки і навіть цінники з упаковками, а українські фабрики виконують замовлення і відправляють вже готовий одяг в Європу і США. Наприклад, костюми для німецької швейної фабрики Hugo Boss виготовляють «Бердичівська швейна фабрика» та вінницька фабрика «Володарка», а раніше для цього бренду шили київські фабрики «Дана» і «Юність».

Проте українські підприємства зазначають, що мало кому з вітчизняних виробників вдається налагодити власну справу і відмовитися від «давальницьких схем», оскільки вони не в силі сплачувати надвисокі податки та конкурувати з великою кількістю дешевих неякісних товарів, що потрапляють на український ринок з-за кордону.

Отже, підводячи підсумки, можна запропонувати наступні шляхи покращення протекціоністських заходів щодо національних товаровиробників:

- удосконалення антидемпінгової політики держави шляхом перегляду ставок антидемпінгових мит;
- субсидування національних товаровиробників;
- спрощення процедури реєстрації та інших юридичних аспектів для національних підприємств та зниження податків для них;
- гальмування проникнення на ринок України іноземних конкурентів шляхом підвищення та встановлення нових стандартів якості продукції;
- зниження рівня тіньової економіки всіма можливими засобами державної влади;
- посилення державного регулювання у сфері безпеки на виробництві за рахунок встановлення більш раціональних нормативів та оптимізація робочого часу;
- використання досвіду провідних країн у застосуванні захисних заходів національних виробників та досвіду ГАТТ, а саме у кількісному обмеженні імпорту;
- підвищення якості продукції національних виробників шляхом застосування у процесі виробництва модернізованого обладнання.

Використавши всі ці шляхи, Україна зміцнить свою економіку та збільшить свої шанси на входження до світової спільноти.

Список використаної літератури:

1. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a

2. Національна економіка: Навч. посіб. – А. Ф. Мельник, А. Ю. Васіна, Т.Л. Желюк, Т. М. Попович. — К. : Знання, 2011. — 463 с.

3. Офіційний сайт Української асоціації підприємств легкої промисловості. Електронний ресурс. – Режим доступу: http://ukrlegprom.org.ua/analitika/

Лісова Руслана Мирославівна,
студентка 6 курсу
Університет державної фіскальної служби України
Науковий керівник:
Піжук Ольга Іванівна
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ТЕОРІЇ ОБМЕЖЕНЬ

Невід'ємними складовими успішного функціонування підприємства на ринку є розвиток маркетингової діяльності та ефективне застосування сучасних інформаційних технологій. Симбіоз цих факторів є основою такої сучасної маркетингової концепції, як Інтернет-маркетинг. Однак, нові економічні реалії призводять до того, що традиційні інструменти інтернет – маркетингу не дають бажаного ефекту. Одним з перспективних шляхів удосконалення механізму використання Інтернет-маркетингу на підприємствах є його розвиток, спираючись на теорію обмежень (Theory of constraints, TOC)

Серед українських науковців ТОС досліджують науковці Києво-Могилянської бізнес-школи С. Гвоздьов, М. Колісник. Також на науковому рівні методологію впровадження ТОС розробляють фахівці компанії «Apple Consulting» А. Колотов, Ю. Плієва, С. Бублик, А. Карпов, фінансовий директор «FERREXPO Petroleum Onshore».

Теорія Обмежень (ТОС) - це дисципліна, що займається системами і поведінкою систем. Заснована і розроблена д-ром Еліяху М. Голдраттом. Вона передбачає виявлення і поліпшення процесів, які найбільше гальмують досягнення глобальних цілей проекту.

Теорія обмежень виділяє три види обмежень: обмеження потужності (якийсь з внутрішніх ресурсів підприємства не може виробляти більше), обмеження ринку (ми не можемо отримати більше замовлень) і обмеження часу (наша система не здатна укладатися в необхідний клієнту час поставки) [1, с.81].

ТОС особливу увагу приділяє правильному визначенню глобальної мети проекту та метрик, що об'єктивно відображають успішність проекту. А сам алгоритм роботи теорії обмежень зводиться до 5 базових кроків (Рис.1).

Як можна застосувати ТОС в інтернет-маркетингу, розглянемо деякі приклади. Комплексний інтернет-маркетинг складається з наступних процесів:

Звітність, що дозволить оцінити ефективність рекламної кампанії;

Реклама, залучення відповідних інструментів інтернет-маркетингу — контекстна реклама, SEO, SMM та інші.

Сайт, включає роботи з підвищення конверсії — створення текстів та розробка функціоналу.

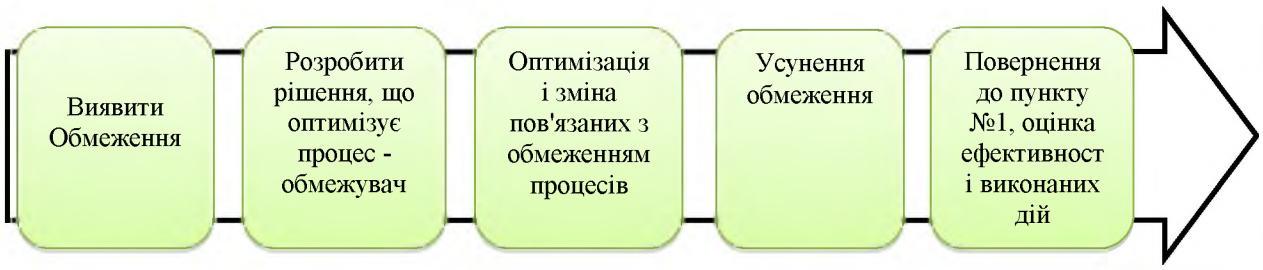


Рис.1 Базовий алгоритм теорії обмежень[1]

Відділ продажів. Підвищення конверсії дзвінок-продаж за рахунок оптимізації роботи відділу продажів.

Продукт. Розробка ефективної унікальної торгової пропозиції (УТП), створення акцій, поліпшення бізнес-процесів.

Основні цільові дії користувачів на сайті: купівля, консультація фахівця, активність на сайті. Ці дії дозволяють або повністю досягти мети, або наблизитися до неї [2].

Згідно теорії, в кожній системі завжди є одне ключове обмеження, яке перешкоджає реалізації її потенціалу. Завдання полягає в тому, щоб постійно знаходити найбільш слабку ланку і долати її, при цьому не знижуючи ефективність інших ланок системи. Проаналізуймо, як можуть проявлятися обмеження сайту на кожному елементі вищенаведеного процесу (табл. 1)

[1] Джерело: Михайлишин Н. П. ТОС – теорія, що ламає стереотипи / Н. П. Михайлишин// Сталий розвиток економіки. – 2014. – № 4. – С.83.

Таблиця 1

Обмеження в процесах інтернет-маркетингу[2]

Процес	Обмеження	Наслідки
Звітність	Відсутність даних, що дозволяють об'єктивно оцінити ефективність маркетингових зусиль. У цьому випадку рекламний бюджет буде витрачатися "навмання".	Немає чіткого розуміння, як збільшити віддачу від рекламного бюджету.
Реклама	Задіяні неефективні інструменти інтернет-маркетингу. Рекламний бюджет розподілений між каналами без урахування їхнього вкладу в кінцеві продажі	Залучення цільових відвідувачів обходиться занадто дорого. Збільшення відвідуваності ніяк не позначається на продажах
Сайт	Відсутність якісної цільової сторінки, сайт не викликає довіри, сайт не оптимізований під мобільні пристрої.	Низька конверсія при тому, що сайт відвідує цільова аудиторія.
Відділ продажів	Менеджери не мотивовані на продажі	Низька конверсія дзвінків /замовлень у фактичні продажі.
Продукт	УТП поступається за привабливістю пропозиції конкурентів. Вся цільова аудиторія після вивчення вашого пропозиції на сайті іде до конкурентів з більш вигідними умовами.	Низька конверсія сайту при високій активності користувачів на ньому.

Отже, згідно теорії, для вирішення проблеми потрібно відповісти на три питання: що міняти, на що міняти, та як міняти? Спочатку необхідно визначити найслабшу ланку, для цього треба дати відповіді на наступні питання:

Який елемент найбільше обмежує досягнення сайтом поставлених цілей?

Які з наведених вище наслідків є найбільш актуальними?

Метрики якого елемента в найменшій мірі відповідають запланованим?

Після того як слабка ланка (в теорії — основний обмежувач) визначена, необхідно зрозуміти, у чому конкретно полягає обмежуючий фактор, на що необхідно його змінити, з якими перешкодами можна зіткнутися в процесі і чи може це зашкодити ефективності роботи системи в цілому [3].

Алгоритм дій буде наступним:

Визначення можливих перешкод;

Визначення шляхів їх подолання;

Вибір найбільш оптимального шляху з для роботи всієї системи;

Слід відзначити, що використання ТОС має сенс тільки для постійного покращення сайту — разові дії дадуть лише тимчасовий ефект. Сайт — це динамічна система, і дуже швидко в ній з'явиться нове критичне обмеження. Наприклад, розібравшись з проблемою залучення цільової аудиторії, стане актуальною проблема низької конверсії відвідувачів в покупців. Після зняття цього обмеження слабкою ланкою може стати відділ продажу [4].

Отже, із застосуванням інтернет-маркетингу, який базується на теорії обмежень, підприємство отримує унікальну систему, яка дозволяє оцінювати

[2] Джерело: Плиева Ю. Смена парадигмы / Юлия Плиева [Електронний ресурс] // Офіційний сайт компанії "Apple Consalting". – 12.2015. – Режим доступу: http://applecons.com.ua/info/materials/218/

ефективність тих чи інших інструментів, визначати слабкі ланки, обмеження та їх наслідки в процесах комплексного інтернет-маркетингу. Адже однією з основних функцій маркетингу в цілому ТОС бачить в розробці пропозиції цінності, такої пропозиції, яка вирішує основну проблему клієнта, пов'язану зі споживанням продукту або послуги.

Список використаної літератури

1. Михайлишин Н. П. ТОС – теорія, що ламає стереотипи / Н. П. Михайлишин// Сталий розвиток економіки. – 2014. – № 4. – С. 81-83.

2. Колесник М. К. Управление маркетингом с помощью Теории Ограничений [Електронний ресурс] / М. К. Колесник // Издание о бизнесе и технологиях. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://www.equipnet.ru/management/articles/articles_801.html. (дата звернення 28.09.2017р.)

3. Плиева Ю. Смена парадигмы / Юлия Плиева [Електронний ресурс] // Офіційний сайт компанії "Apple Consalting". – 12.2015. – Режим доступу: http://applecons.com.ua/info/materials/218/ (дата звернення 28.09.2017р.)

4. Гвоздев С. Хищник из прошлого века / Сергей Гвоздев [Електронний ресурс] // Офіційний сайт журналу "&.СТРАТЕГИИ". – 01.08.2015. – Режим доступу: http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=504. (дата звернення 27.09.2017р.)

Лісовий Андрій Сергійович,
студент 6 курсу, УДФСУ
Науковий керівник:
Залізко Василь Дмитрович
д.е.н., доцент, професор кафедри

БЮДЖЕТНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ МАЛИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Малий бізнес в Україні досі не пройшов стадії становлення і не в змозі вирішити завдання щодо підвищення ефективності діяльності, оптимізації бізнес-процесів та забезпечення високих конкурентних переваг. Крім того у малих підприємств посилюється потреба в раціональному плануванні бізнесу, особливо, в частині бюджету, ефективному контролі фінансових і товарних потоків, відстежуванні стану розрахунків з постачальниками і замовниками, аналізі і прогнозуванні показників фінансово-господарської діяльності. Тому розробка і впровадження ефективної системи бюджетування дасть змогу малому підприємству отримати додаткові конкурентні переваги і забезпечити вищу ефективність управління і використання фінансових ресурсів.

Проблематика бюджетного управління висвітлена у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених: Бланка І. О., Бочарова В. В., Шевчука В. О., А. Апчера, К. Друрі, Каплана Р. С. та ін.

Згідно із сучасними трактуваннями, бюджет – це сума коштів, які є в розпорядженні для виконання визначених функцій та проведення певних заходів у рамках загальнофірмового планування. Він може складатися у формі заданих показників, яких слід дотримуватися у плановому періоді [1, с.332].

Бюджетування як інструмент бізнесу надає можливість поєднувати фінансовий і маркетинговий плани підприємства, ефективно контролювати практичну реалізацію проекту вчасно реагувати на проблеми, котрі виникають. Використання інструменту бюджетування тим ефективніше, чим коротші терміни його застосування.

Упровадження системи бюджетування на малих підприємствах дає змогу:

- створити ефективну систему управління фінансами;
- підвищити інвестиційну привабливість підприємства;
- оптимізувати доходи й витрати як усього підприємства, так і окремих підрозділів;
- отримувати консолідовану звітність;
- підвищувати ефективність управління підприємством у цілому [1, с.334].

Побудова системи бюджетування на малих та середніх підприємствах повинна здійснюватися у послідовності етапів відображених на рисунку 1. [2]



Рис.1 Схема впровадження системи бюджетування на малому підприємстві

Процес розробки моделі бюджетування включає в себе формування бюджетної та фінансової структур підприємства, визначення горизонтів та періодів планування, осіб, відповідальних за складання бюджетів та вибір методики їх складання.

Важливими елементами системи бюджетування малого підприємства є вибір і розробка так званого первинного бюджету, в якому фіксуються планові значення фактора, що найбільше обмежує діяльність суб'єкта господарювання. Тип первинного бюджету залежить від специфіки фінансовогосподарської діяльності малого підприємства та потенціалу залучення ресурсів [2, с.5].

Як первинний бюджет, як правило, розглядають бюджет реалізації продукції, оскільки саме величина продажів найчастіше є обмежуючим діяльність малого підприємства чинником. Враховуючи можливості збуту продукції, обчислюється необхідний рівень технологічних потужностей підприємства, для забезпечення якого розраховується потреба у фінансових ресурсах для фінансування основних засобів та нематеріальних активів. На основі інформації про тривалість операційного циклу та величини затрат на виробництво і реалізацію продукції визначають потребу в капіталі для фінансування оборотних активів. Можливості покриття потреби у фінансових ресурсах прогнозуються на основі аналізу руху коштів у рамках фінансової діяльності [3, с.37].

Розроблення системи взаємопов'язаних бюджетів на малому підприємстві вимагає якісної системи збору, систематизації, обробки релевантної інформації. При цьому потрібно розрізняти види бюджетів на малому підприємстві, обраних об'єктів бюджетування, оскільки моделі консолідування бюджетних показників суттєво залежать від обсягів, структури та класифікації локальних територій (урбанізованих та сільських) [3, с. 44], [5, с. 148-149].

Таким чином, модернізації системи бюджетів забезпечить малим підприємствам підвищення власної фінансової результативності, платоспроможності, ліквідності, ділової активності, що позитивно відбиватиметься на розвитку малого бізнесу в цілому, оскільки збільшуватимуться оборотність капіталу, дебіторської і кредиторської заборгованості, рівень інвестування у розвиток малих підприємницьких структур тощо.

З іншого боку бюджетування може відкрити перспективу економічного розвитку підприємства на різних типах локальних територій, а також моделювати необхідні обсяги фінансових ресурсів та прогнозних показників. Бюджетування є інструментом ефективного управління малим підприємством, оскільки за його допомогою мобілізуються усі види потенціалів задля мінімізації викликів та загроз, підвищення конкурентних позицій.

Список використаної літератури

1. Коркуна Д. Бюджетування у системі фінансового плану- вання підприємства / Д. Коркуна // Формування ринкової економіки в Україні. – 2014. – № 19. – С. 330-334.

2. Мельник О. Г. Бюджетування в системі управління на малих підприємствах : автореферат дис... канд. екон. наук, спец. 08.06.01 / О. Г. Мельник. – Львів : Нац. ун-т "Львівська політехніка", 2014. – 21 с. 5

3. Ілляшенко Т.О. Бюджетування як напрямок удосконалення системи управління діяльністю підприємств / Т.О. Ілляшенко, К.В. Ілляшенко, М.В. Скобенко // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2015. – № 3. – С. 36-44.

4. . Міньковська М.В. Аспекти бюджетування: переваги та недоліки, успіхи та помилки / М.В. Міньковська // Економіка промисловості. – 2014. – № 4. – С. 161-167.

5. Залізко В. Д. Фінансове забезпечення функціонування сільської соціальної інфраструктури: проблеми та перспективи / В. Д. Залізко // Наук. записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка. – 2013. – Вип. 24. – С. 148–155.

Лясковець Діана Іванівна
студентка
Університет державної фіскальної служби України
Сторожук Олександр Володимирович
к.е.н., доцент кафедри митної справи

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК

Відповідно до Земельного кодексу України земля є основним національним багатством. Одночасно земельні ресурси є складовою нерухомого майна, фактором виробництва, об'єктом правових відносин і об'єктом капіталовкладень. Вони виступають товаром, що мають свою сформовану ціну, їх оцінювання, порядок формування вартості та операції із ними регламентуються багатьма законодавчими актами, як у бухгалтерському так і податковому обліку, існує необхідність у чіткому визначенні та відображенні операцій із земельними ділянками з метою з метою виділення характерних особливостей облікового відображення.

Проблемам бухгалтерського та податкового обліку земельних ділянок сьогодні присвячено багато наукових та практичних досліджень. Зокрема, Леонід Гуйда розглядав правову базу грошової оцінки земельних ділянок та їх бухгалтерський облік; проблеми відображення їх в бухгалтерському обліку розглядали А.М. Третяк, В.М. Жук, В. Дерій та ін. Разом з тим облікове визначення землі залишається й досі теоретичним, з позиції практики – необґрунтованим за потребами обліковців та не підтвердженим на законодавчому рівні.

Земельна ділянка як об'єкт права власності — це частина земної поверхні зі встановленими межами, певним місцем розташування, з визначеними щодо неї правами. Набуваючи право власності на земельну ділянку, її новий власник приймає рішення про її подальше використання і відповідно до нього веде бухгалтерський облік нового активу [1].

Земельна ділянка, придбана виключно з метою її подальшого перепродажу, отримує статус нерухомості, яка утримується для продажу, за правилами, встановленими п. 1 — 4 розділу II П(С)БО 27. У такому разі всі витрати, пов'язані з її придбанням і доведенням до передпродажного стану, обліковуються на дебеті субрахунку 286 «Необоротні активи, які утримуються для продажу» [5].

Земельна ділянка, куплена з метою використання самим покупцем, набуває статусу основного засобу. Витрати, пов'язані з її придбанням і доведенням до стану, в якому земельна ділянка може використовуватися за

призначенням, капіталізуються на субрахунку 152 «Придбання (виготовлення) основних засобів», а потім формують первинну вартість такої ділянки, яка є ОЗ і відображається на субрахунку 101 «Земельні ділянки»

Якщо земельна ділянка придбається з метою будівництва на ній будівлі, споруди тощо, то витрати з підготовки земельної ділянки до будівництва і безпосередньо самого будівництва капіталізуються на субрахунку 151 «Капітальне будівництво». Після введення в експлуатацію такі витрати формують первісну вартість побудованої будівлі або споруди, які амортизуються у загальному порядку. Проте вартість земельної ділянки відповідно до п. 8 П(С)БО 7 не включається до первісної вартості побудованої нерухомості — вона, як і раніше, має обліковуватися окремо і не амортизується згідно з п. 22 П(С)БО 7.

Земельна ділянка, придбана з метою здавання її в оперативну оренду, набуває статусу інвестиційної нерухомості. У цьому випадку витрати, пов'язані з її придбанням і доведенням до стану, в якому вона може використовуватися за призначенням, також капіталізуються на субрахунку 152. Амортизація інвестиційної нерухомості здійснюється у порядку, встановленому П(С)БО 7. А отже, земельні ділянки, які є інвестиційною нерухомістю, не амортизуються [3].

Земельна ділянка на правах користування (оренди)— це засноване на договорі строкове платне володіння і користування земельною ділянкою, необхідною орендареві для здійснення підприємницької та іншої діяльності.

Якщо підприємство укладає договір оренди (суб-оренди), то у нього жодних активів не виникає. Адже така земельна ділянка не стає власністю орендаря. Проте, згідно з п. 8 П(С)БО 14, орендар відображає таку орендовану земельну ділянку на забалансовому рахунку 01 «Орендовані необоротні активи» за вартістю, зазначеною у договорі оренди[4].

Щодо податкового обліку земельних ділянок, слід усвідомити: земельний податок є однією із форм **плати за землю** . В свою чергу, плата за землю — це одна із складових **податку на майно** . Із цього робимо висновок, що наразі земельний податок є **місцевим**, а не загальнодержавним.

Податковий облік операцій із землею здійснюється за рахунок сплати таких податків і зборів, як: єдиний податок, збір за місця для паркування транспортних засобів. Слід детальніше розглянути лише частину податкового обліку земельних ділянок — ту, з якою стикається більшість землевласників і землекористувачів.

Податок на прибуток. Відображення земельних ділянок як окремих активів у податковому обліку платників податку на прибуток є дуже схожим на бухгалтерський облік таких ділянок. Земельні ділянки, що належать платникові податків, відносять до групи 1 основних засобів. Але для цієї групи ОЗ не встановлено мінімального терміну корисного використання, оскільки, як і в бухгалтерському обліку, амортизація витрат на придбання земельних ділянок як таких не нараховується.

Звернемо увагу на оподаткування операцій з продажу земельних ділянок:

— якщо дохід (виручка) від продажу земельної ділянки перевищує витрати, пов'язані з її придбанням, збільшені на коефіцієнт індексації, то така додатна різниця включається до складу податкового доходу. Від'ємна ж різниця не включається до складу податкових витрат;

— якщо продається земля, отримана у власність у процесі приватизації, то до доходу включається додатна різниця між сумою виручки від такого продажу й оціночною вартістю такої землі на момент продажу. Від'ємна різниця також не включається до складу податкових витрат;

— незамортизований на момент продажу залишок капітальних витрат на поліпшення земель (балансова залишкова вартість об'єкта ОЗ у групі 2) включається до складу податкових витрат періоду, в якому відбувся продаж такої поліпшеної земельної ділянки [2].

Для визначення результату операцій із землею необхідно знати, як такі операції обкладаються ПДВ. Згідно із Законом, звільняються від оподаткування операції з поставки (продажу, передачі) земельних ділянок, земельних паїв, крім тих, які знаходяться під об'єктами нерухомого майна та включаються до їх вартості згідно із законодавством.

Отже, правильне застосування норм чинного законодавства дає змогу зменшити податкове навантаження на власників земельних ресурсів за умови чіткого дотримання цього законодавства та належного відображення операцій із земельними ділянками в бухгалтерському та податковому обліку.

Список використаної літератури

1. Земельний кодекс України від 25.10.2001 р. №2768-III.

2. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 р., № 2755-17 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua

3.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затверджене наказом Мінфіну України від 27.04.2000 р. №92.

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда», затверджене наказом Мінфіну України від 28.07.2000 р. №181.

5.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 27 «Необоротні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність», затверджене наказом Мінфіну України від 07.11.2003 р. №617.

Макарчук Богдана Володимирівна
студентка
Науковий керівник:
Борисюк Олена Володимирівна
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ МАЙНА ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

З часу становлення України як незалежної держави вона постійно трансформується, що відбивається на розвитку економіки. Формування ринкової економіки, зміна нормативно-правової бази та інші фундаментальні дії не могли оминути своєю увагою інститут страхування.

В загальному розумінні, страхування - це вид захисту майнових та особистих інтересів застрахованих осіб за рахунок виплати страхового відшкодування, що формується шляхом накопичення страхових внесків, в разі настання страхового випадку. Страхування, як багатоаспектне явище не можливо уявити без ранжуванням за колом спільних ознак, тому виділяють три основні галузі страхування. Серед яких: особисте, майнове та страхування відповідальності. Майнове страхування як одна із галузей страхування виступає соціально-економічним механізмом захисту господарської діяльності від руйнівного впливу. Історично першим видом страхування майна, що виникло, було страхування майна фізичних осіб. Актуальність дослідження зумовлена зростанням значення процесу страхування в житті громадян, а також недосконалістю законодавчої бази та відсутністю узагальнених теоретичних основ майнового страхування фізичних осіб, що призвело до необхідності подальшого дослідження даної сфери з метою розробки теоретичного підгрунття процесу страхування майна фізичних осіб.

Страхування фізичних осіб — це одна із підгалузей страхування майна. Основна мета страхування майна фізичними особами є створення фінансової безпеки для власника майна та гарантія відшкодування у разі настання страхової події [1].

Об'єктом страхування у майновому страхуванні фізичних осіб виступає майно фізичних осіб, яке належить їм на правах особистої власності або ж в правах оренди (в такому випадку, виплата страхової суми буде здійснюватися на користь вигодонабувача, тобто фактичного власника майна). Такою власністю можуть бути: житлові споруди, квартири, підсобні приміщення, земельні ділянки, автомобілі, особливо цінне майно тощо.

До ознак страхування майна фізичних осіб, що відрізняє його від інших видів страхування слід віднести :

— характер процесу страхування обумовлений невеликим страховим періодом (в середньому термін становить 1 рік);

— фізична особа згідно договору може сама обрати вид сплати страхових платежів, а також розділити процес сплати на вигідні для нього частини;

— страховики для фізичних осіб певних категорій можуть надавати суттєві пільги; (наприклад, для страхувальників, які за період дії декількох останніх договорів, не отримали жодного відшкодування, у зв'язку з ненастанням страхової події, або ж страхувальникам, які здійснювали ряд попереджувальних дій для попередження настання страхового випадку)

— розмір страхової суми визначається на підставі оцінки об'єкта. Результатом процесу оцінки є видача оцінного листа на майно, яке прагне застрахувати фізична особа, згідно нього, а також з урахуванням середньо ринкової ціни, скорегованої на додаткові витрати по ремонту та експлуатації визначається страхова сума згідно договору.

— у разі настання страхового випадку страхувальник повинен: вжити заходів щодо запобігання та зменшення збитків та протягом доби повідомити правоохоронні органи про знищення будівель внаслідок неправомірних дій третьої особи абощо. Протягом наступної доби повинен в письмовому форматі скласти заяву до страхової компанії про наявність факту страхової події.

— територія дії договору знаходиться за розташуванням застрахованого об'єкта (майна), який повинен, як мінімум, мати стіни і дах, у разі, якщо це будівля;

— розмір ризику фізичної особи, значно менший, ніж юридичної особи, коли це ж майно використовується у сфері виробництва.

— обсяг страхової відповідальності страховика охоплює перелік конкретних подій, у разі настання яких страхова компанія виплачує відшкодування страхувальнику і які попередньо обумовлені згідно договору страхування майна фізичної особи [3].

Існують дві основні форми майнового страхування: добровільна і обов'язкова. Майнове страхування фізичних осіб проводиться, зазвичай, у добровільній формі. До основних видів можна віднести [4]:

- страхування житлових приміщень,
- страхування нежитлових приміщень, підсобного призначення,
- страхування транспорту,
- страхування ремонту будівель,
- страхування майна, що розташоване на певній території в об'єднанні,
- страхування майна громадян, які займаються індивідуальною трудовою діяльністю, але не є юридичними особами,
- комплексне страхування майна,
- страхування домашнього інвентаря,
- страхування мисливської зброї,
- страхування мисливських собак тощо.

Також майнове страхування класифікують за групами ризику небезпеки, серед яких виділять: вогневе страхування, страхування, на випадок, крадіжки, аварій та інших нещасних випадків, страхування худоби від неочікуваної смерті та страхування врожаю.

Основним документом, що засвідчує факт процесу страхування є договір, що заключається між фізичною особою та страховою компанією. При майновому страхуванні фізичних осіб, договори можуть бути [2, с.51]:

1) загального виду (ними може бути застраховане будь-яке майно, окрім виробів з дорогоцінних металів, коштовного каміння, колекцій картин);

2) договір за певними предметами майна;

3) договір за окремими групами предметів майна.

4) спеціальний договір для особливо цінного майна

Отже, проаналізувавши характерні особливості страхування майна фізичних осіб можна стверджувати, що має багато перспектив для свого подальшого розвитку і зростання. У найближчі роки до головних факторів розвитку цього сегменту страхового ринку можна віднести зростання обсягів кредитування комерційними банками фізичних осіб та збільшення довіри серед населення до страхових компаній.

Список використаної літератури

1. Алєксєєв І. Страхові послуги: Навчальний посібник для студ. 4 курсу спец. / Ігор Алєксєєв, Ірина Кондрат, Наталя Ярошевич,; Мін-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львівська політехніка". - Електронний ресурс – [Режим доступу]: http://vlp.com.ua/node/346.

2. Карлін М. І. Управління державними фінансами: [навч. посібн.] / М. І. Карлін, О.В. Борисюк. – Луцьк : ПП Іванюк , 2013. – 273 с.

3. Стожок Л. Страхування: Навчальний посібник для дистанційного навчання/ Людмила Стожок,; Ред. Г. Г. Старостенко; Відкритий міжнародний університет розвитку людини "Україна". - Електронний ресурс – [Режим доступу]: http://irbis-nbuv.gov.ua.

4. Фурман В. М. Страхові послуги для населення / В. М. Фурман // Фінанси України. - Електронний ресурс – [Режим доступу]: http://e-cat.scilib.chnu.edu.ua.

Малышко Александра
студентка
Морозова Наталья Николаевна
к.э.н., доцент, доцент кафедры финансов
Белорусский государственный экономический университет

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ БЕЛАРУСИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ

На сегодняшний день продовольственная безопасность Республики Беларусь является основой обеспечения национальной безопасности страны и ее устойчивого социально-экономического развития, важнейшим элементом экономической и демографической политики, фактором сохранения государственности и суверенитета и необходимым условием повышения качества жизни ее сограждан. Обеспечение продовольственного рынка высококачественными и доступными по цене продуктами питания является одной из главных задач, как на уровне государства, так и отдельных регионов.

В Республике Беларусь проблема продовольственной безопасности стала предметом исследований с середины 1990-х гг., что было связано с резким снижением объемов производства сельскохозяйственной продукции – результатом перехода от государственного регулирования агропромышленного комплекса к всесторонней либерализации, а также с обострением мировой продовольственной проблемы под действием факторов, ограничивающих развитие мирового сельского хозяйства. Усугублению продовольственной проблемы способствовала авария на Чернобыльской АЭС, принесшая серьезный ущерб здоровью белорусов и требующая нового подхода к питанию.

Для того, чтобы понять, на каком уровне продовольственной безопасности находится Беларусь, рассмотрим значения некоторых показателей.

Индекс продовольственной безопасности стран (The Global Food Security Index) – это глобальное исследование и рейтинг, публикуемые британской исследовательской компанией The Economist Intelligence Unit (аналитическое подразделение британского журнала Economist) при поддержке американской компании Dupon. При составлении Индекса продовольственной безопасности анализируют следующие группы показателей: уровень доступности и потребления продуктов, наличие и достаточность продуктов, качество и безопасность продуктов и др. (всего 28). При расчете используются данные международных организаций и национальных институтов [2].

В общем индексе за 2016 год Беларусь получила 63,0 балла и попала на 46-е место из 113 стран. При этом партнеры нашей страны набрали: Китай – 63,7 балла (45 место), Россия – 66,2 балла (41 место), Азербайджан – 57,8 баллов (57 место), Казахстан – 56,0 баллов (60 место), Украина –54,1 балла (63 место), Венесуэла – 50,2 баллов (71 место). На вершине рейтинга находятся: Ирландия – 85,6 баллов (1 место), США – 84,6 балла (2 место), Великобритания – 84,2 балла (3 место), Сингапур – 84,0 балла (4 место). Международные эксперты отметили достаточный уровень диверсификации рациона питания белорусов, наличие гарантированного обеспечения населения безопасными продуктами. К недостаткам они отнесли: высокий уровень расходов на питание, недостаточный уровень государственных расходов на исследования и разработки в аграрной сфере, отсутствие опубликованной стратегии повышения качества питания населения [3].

Еще одним из важных показателей продовольственной безопасности Беларуси является *уровень самообеспечения основной сельскохозяйственной продукцией*, который отражает в какой мере собственное производство способно удовлетворить все потребности страны. Так, в 2016 году Беларусь была обеспечена мясом на 133%, молоком – на 230%, яйцами – на 131,4%, рыбой – на 15,3%, картофелем – на 104,1%, овощами и бахчевыми культурами – на 106,8%, фруктами и ягодами – на 57,5% [1]. По сравнению с 2015 годом все показатели (кроме картофеля – уменьшение на 1%) улучшились.

По *удельному весу сельскохозяйственной продукции и продуктов питания в объеме внешней торговли товарами* в 2016 Беларусь экспортировала 18% сельскохозяйственной продукции и продуктов питания, а импортировала – 14,8% [1]. Это означает, что Беларусь на 85,2 % обеспечивает себя продуктами питания собственного производства, остальное закупает в связи с непроизводством на территории страны некоторых видов продукции из-за климатических и других особенностей.

Исходя из вышеперечисленных значений показателей продовольственной безопасности можно сделать вывод, что в Республике Беларусь уже решена некогда существующая проблема продовольственной безопасности. Сейчас наша страна в списке продуктоизбыточных государств: до трети продовольствия продается за рубеж.

Однако, несмотря на благоприятную ситуацию в целом с обеспечением населения продуктами питания, в Беларуси существует угроза физической доступности продовольствия. Это выражается в снижении запаса прочности продовольственной безопасности. Также в стране отмечается недостаточный для расширенного воспроизводства продовольствия уровень рентабельности в сельском хозяйстве, увеличивается удельный вес убыточных сельхозорганизаций, есть дефицит собственных оборотных средств, растут финансовые обязательства. Кроме того, существуют угрозы, связанные с ухудшением здоровья населения: увеличивается количество населения с избыточной массой тела. [3]

Для того, чтобы сохранить и укрепить продовольственную безопасность Беларуси следует:

- принять новую концепцию продовольственной безопасности (предыдущая была разработана в 2004 году и на сегодняшний день является устаревшей для современных условий развития);
- обеспечить высокий уровень физической и экономической доступности для населения страны безопасных и качественных продуктов в объемах и ассортименте, которые необходимы для активного и здорового образа жизни граждан;
- создать условия для насыщения внутреннего продовольственного рынка качественными продуктами питания отечественного производства;
- способствовать повышению конкурентоспособности отечественных производителей на государственном уровне на внутреннем и международном за счет оптимизации использования потенциала аграрной отрасли, внедрения безотходных и экологически безопасных технологий со щадящим режимом потребления ресурсов, контроля за качеством и технологией производства конечной продукции;
- обеспечить эффективное прогнозирование и предупреждение внешних и внутренних угроз продовольственной безопасности для того, чтобы минимизировать их негативное влияние за счет формирования стратегических запасов сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

Список использованной литературы

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь, 2017 / Нац. стат. Комитет РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/selskoe-hozyaistvo/publikatsii_4/index_7721/. – Дата доступа: 08.10.2017.

2. Global Food Security Index, (September 2017) / Global Food Security Index [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://foodsecurityindex.eiu.com/Index. – Дата доступа: 08.10.2017.

3. В Беларуси назрела необходимость принятия доктрины продовольственной безопасности / Белта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belta.by/interview/view/v-belarusi-nazrela-neobhodimost-prinjatija-doktriny-prodovolstvennoj-bezopasnosti-5141/. – Дата доступа: 08.10.2017.

Мась Роман Віталійович
студент
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Державний бюджет України – одна з найголовніших сфер фінансової системи країни. Аналіз бюджету дозволяє оцінити стабільність економіки, її розвиток, а відтак і розвиток підприємництва країни. Основою Державного бюджету є доходи, адже ними держава покриває видатки та створює фонди цільового призначення. Основні складові доходів державного бюджету країни наведено на рис. 1.



Рис. 1. Склад доходів Державного бюджету України
** складено автором за даними [2]*

Дослідження структури доходів бюджету у 2012-2016 рр. (табл. 1) дозволяє зробити висновок, що найбільшу питому вагу мають податкові та неподаткові надходження: частка податкових надходжень коливається в межах від 76,83% до 82,31%, а неподаткових надходжень – від 16,93% до 22,52%.

Відношення ж інших складових до загальної суми доходів незначне, тому в статистичному аналізі доцільно приділити більшу увагу податковим та неподатковим надходженням.

Таблиця 1.

Структура доходів державного бюджету України за 2012 – 2016 рр.

Найменування доходів згідно із бюджетною класифікацією	**Рік**				
	2012	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Податкові надходження	79,44%	77,81%	79,66%	76,83%	82,31%
Неподаткові надходження	19,75%	21,57%	19,44%	22,52%	16,93%
Доходи від операцій з капіталом	0,36%	0,08%	0,25%	0,03%	0,03%
Офіційні трансферти	0,39%	0,48%	0,60%	0,59%	0,68%
Цільові фонди	0,07%	0,06%	0,05%	0,03%	0,05%

** розраховано автором за даними [3]*

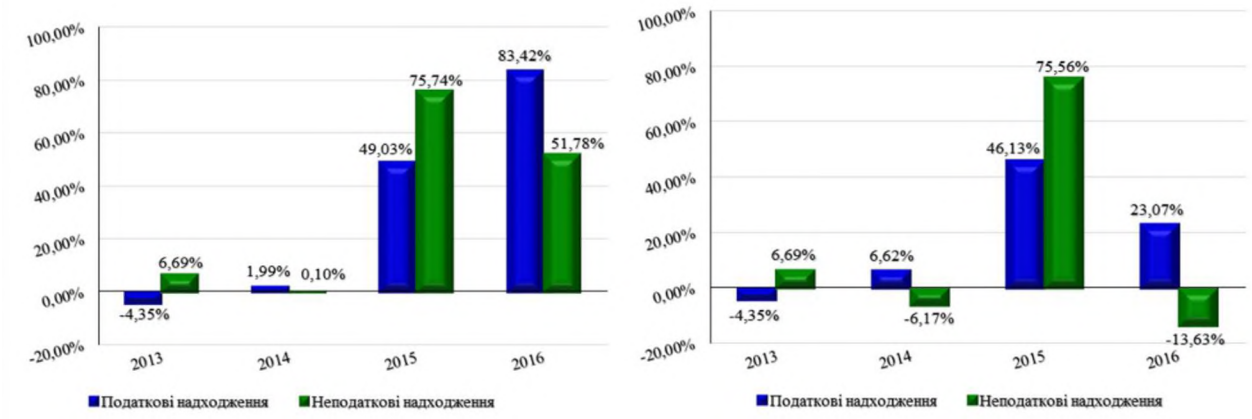
Відповідно до статті 9 Бюджетного кодексу України, податковими надходженнями визнаються встановлені законами України про оподаткування загальнодержавні податки і збори та місцеві податки і збори. Неподатковими надходженнями визнаються [3]:

доходи від власності та підприємницької діяльності;

адміністративні збори та платежі, доходи від некомерційної господарської діяльності;

інші неподаткові надходження.

При оцінці динаміки надходжень до Державного бюджету доцільніше розрахувати темпи приросту, які відображаюсь відносні зміни надходжень з року в рік та у порівнянні з початком періоду (рис. 2).



а) базисні до 2012 р. б) ланцюгові

Рис. 2. Темпи приросту податкових та неподаткових за 2012–2016 рр.

** розраховано автором за даними [3]*

Так, у 2013 році податкові надходження знизилися на 4,35 в. п. порівняно з 2012 р. У цьому ж році величина неподаткових надходжень збільшилася на 6,69% у порівнянні з попереднім роком.

2014 рік характеризується збільшенням податкових надходжень на 6,62%, склавши 280178,26 млн грн. У порівнянні з початком аналізованого періоду податкові надходження збільшилися лише майже на 2%. Що стосується неподаткових надходжень, то порівняно з базовим роком вони незначно зросли, а з попереднім роком – знизилися на 6,17%. У 2014 році сума неподаткових надходжень становила 68355,24 млн грн.

2015 рік характеризується значним зростанням як податкових, так і неподаткових надходжень: порівняно з базисним роком податкові підвищилися на 49,03%, а неподаткові надходження – на 75,74%; порівняно з попереднім роком перші підвищилися на 46,13%, а другі – на 75,56%.

Аналіз показників приросту 2016 року показує, що величина податкових надходжень перевищила себе на 83,42% порівняно з базисним роком і на 23,07% порівняно з попереднім. Неподаткові надходження цього року відрізняються від себе таким чином: у порівнянні з базисним роком зросли на 50,78%, а з попереднім – зменшилися на 13,63%.

Такі неоднозначні зміни темпів приросту спричинені структурними змінами у величинах питомих ваг податкових та неподаткових надходжень. Крім цього, на коливання доходів державного бюджету також впливали

зовнішні та внутрішні фактори: зовнішній борг, зовнішня фінансова допомога; внутрішній борг, рівень ВВП, рівень ставок податків тощо. Загальна тенденція доходів Державного бюджету наведена на рис. 3.



Рис. 3. Динаміка доходів Державного бюджету України за 2012 – 2016 рр.
**розроблено автором за даними [3]*

У період з 2012 по 2013 рік доходи зменшилися, абсолютний приріст за даний відрізок часу становив -8133,7 млн грн. З 2013 по 2014 рік доходи характеризуються плавним зростанням, а у 2014 р. спостерігається різке збільшення надходжень до бюджету зі збереженням тенденції у 2015-2016 рр. За досліджуваний період сума доходів набула найбільшого значення в 2016 році і становила 612173,85 млн грн.

Статистичний аналіз Доходів державного бюджету України показав, що значну частку в доходах бюджету займають податкові та неподаткові надходження. Роль податків є дуже важливою у формуванні доходів держави, тому їхня питома вага більша за інші складові. І податкові, і неподаткові надходження характеризувалися динамічними змінами, що свідчить про мінливість економічних процесів. Отже, стабілізація економіки потребує подальшого збалансування бюджету держави за рахунок збільшення його дохідної частини. Для досягнення цієї цілі можна порекомендувати спростити податкову систему для більш чіткого та ясного її функціонування та збільшити контроль за сплатою податків і відповідальність за несплату податкових зобов'язань.

Список використаної літератури

1. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17.
2. Наказ Міністерства фінансів України Про бюджетну класифікацію від 14 січня 2011 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.golovbukh.ua/regulations/1521/8199/8200/461616;
3. Офіційний сайт Державної казначейської служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.treasury.gov.ua;

Мельник Лілія Олександрівна,
студентка 4 курсу ННІ економіки,
оподаткування та митної справи
Університет ДФС України
Сторожук Олександр Володимирович
к.е.н., доцент

АНАЛІЗ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК

Запровадження в Україні приватної власності та особливості використання земель у виробничому процесі підприємств зумовили необхідність подальшого розвитку ефективних форм управління земельними відносинами та раціонального землекористування. Відповідно, її вартість та кількість необхідно відображати у бухгалтерському та податковому обліку.

У розробку теорії земельних відносин та практики обліку землі суттєвий внесок зробили такі вчені, як М.Я. Дем'яненко, В.М. Другак, В.М. Жук, О.М. Євстаф'єва, Г.Г. Кірейцев, В.Г. Лінник, Ю.Я. Лузан, Б.В. Мельничук, А.І. Крупка, О.А. Петрова, О.Д. Радченко та ін.

Земельна ділянка — це частина земної поверхні зі встановленими межами, певним місцем розташування, з визначеними щодо неї правами.

Згідно з Земельним кодексом України, земельна ділянка є об'єктом цивільних прав.За 20 років в розподілі земельного фонду України між землекористувачами та власниками землі відбулися зміни (див табл. 1).

Площа земель, які знаходяться у власності чи користуванні сільськогосподарських підприємств, зменшилася на 23903,9 тис. га (39,6 %). Площа земель, які фактично використовуються громадянами, навпаки збільшилась на 14881,6 тис. га (24,7 %); площа земель, якими володіють або користуються заклади, установи, організації, промислові та інші підприємства, підприємства та організації транспорту, зв'язку, частини, підприємства, організації, установи, навчальні заклади оборони, майже не змінилася і станом на 01.01.2015 становить 2309,8 тис.га, що на 28,0 тис. га менше ніж станом на 01.01.1995 [4].

Таблиця 1

Структура земельного фонду України*

Складові земельного фонду України	1994 рік		2005 рік		2008 рік		2014 рік	
	площа, тис.га	%	площа, тис.га	%	площа, тис.га	%	площа, тис.га	%
Сільськогосподарські угіддя	41890,4	69,4	41763,8	69,2	41650	69	41511,7	68,8
Лісовкриті площі	10331	17,1	10475,9	17,3	10556,3	17,5	10630,3	17,6
Забудовані землі	2386,2	4	2458,3	4,1	2476,6	4,1	2550,4	4,2
Відкриті заболочені землі	920,8	1,5	957,1	1,6	975,8	1,6	982,6	1,6
Відкриті землі без рослинного покриву або з незначним рослинним покривом	1105,6	1,8	1039	1,7	1038,2	1,7	1015,8	1,7
Інші землі	1301,2	2,2	1239,6	2,1	1236,3	2,1	1237,7	2,1
Води	2419,6	4	2421,1	4	2421,6	4	2426,4	4
Всього	**60354,8**	**100**	**60354,8**	**100**	**60354,8**	**100**	**60354,9**	**100**

***Примітка.** Складено за даними джерела [4]

Площа земель, які знаходяться у лісогосподарських підприємств, збільшилася на 1666,0 тис. га (2,8 %); площі земель запасу збільшилися на 7421,8 тис. га (12,3 %) і становлять 10775,7 тис. гектарів. Решта земель – 863,7 тис. га знаходяться у власності або користуванні інших землекористувачів, ця площа є майже незмінною порівняно з 1994 роком.

Підприємства можуть набувати права власності на земельну ділянку, відповідно до ЗКУ при придбанні за договором купівлі-продажу, ренти, дарування, міни, іншими цивільно-правовими угодами; внесенні земельних ділянок його засновниками до статутного капіталу; прийняття спадку; виникнення інших підстав, передбачених законом [2].

Документування земельних ресурсів в обліку здійснюється на загальних засадах обліку основних засобів, тому основними документами, що формують первинний та зведений облік землі, є акти приймання-передачі (внутрішнього переміщення) основних засобів; акти приймання-здачі відремонтованих і реконструйованих (модернізованих) об’єктів; акти на списання основних засобів; інвентарні картки обліку основних засобів тощо.

Оскільки земельні ресурси входять до складу основних засобів підприємства, обов’язковою процедурою є проведення інвентаризації площ земельних угідь.

Важливою формою бухгалтерської звітності підприємства є Баланс. У зазначеній формі звітності підприємства приватної форми власності відображають вартість земельних ресурсів, що належать підприємству на

правах власності та на умовах фінансового лізингу, разом з іншими засобами та необоротними матеріальними активами. Державні та комунальні підприємства наводять в Балансі по статті «Основні засоби» вартість майна, отриманого на правах господарського відання чи правах оперативного управління, у тому числі вартість земельних ділянок на правах постійного користування. Вартість земельних ділянок відображають окремим рядком. Проте відображення сукупної вартості земельних угідь у звітності без диференціації її за кількісними показниками не дозволяє користувачам отримати необхідну інформацію про якісну характеристику земельного потенціалу та ефективність його використання. [1, ст.169-170].

Є досить багато операцій, у яких у податковому обліку так чи інакше використовуються дані про земельні ділянки. Так для єдиного податку (4 група), у якому об'єктом оподаткування є площа сільськогосподарських угідь (ріллі, сінокосів, пасовищ і багаторічних насаджень), як тих, що належать платникові податків на правах власності, так і орендованих ним.

Також збір за місця для паркування транспортних засобів, об'єктом оподаткування яким також є земельна ділянка — або така, що належить платникові збору, або отримана ним від місцевих органів самоврядування з метою забезпечення платного паркування транспортних засобів (пп. 266.2.1 ПКУ). Податок на прибуток сплачується відповідно за правилам, що передбачені в Положеннях (Стандартах) бухгалтерського обліку.

Що стосується ПДВ, то операції з постачання (продажу, передачі) земельних ділянок як окремих об'єктів звільнено від оподаткування (пп. 197.1.21 ПКУ). Не оподатковується ПДВ і орендна плата за земельні ділянки, що перебувають у державній або комунальній власності, якщо така орендна плата повністю зараховується до відповідного бюджету. А от продаж земельної ділянки під об'єктами нерухомості, яка продається разом з такою нерухомістю і її ціна входить до загальної ціни такого продажу, оподатковується ПДВ на загальних підставах [3].

Наявність власної або орендованої землі у більшості випадків передбачає сплату підприємством або податку на землю, або орендної плати за неї. Порядок нарахування і сплати плати за землю та подання податкової звітності з цього податку затверджено розділом XIII ПКУ.

Отже бухгалтерський і податковий облік земельних ділянок є необхідним для отримання даних про землю, необхідних для зовнішніх (кредиторів, інвесторів) та внутрішніх користувачів для прийняття управлінських рішень, спрямованих на забезпечення раціонального та ефективного використання земель. Можна дійти висновку про низький рівень організації обліку земель, що призводить до неправильного відображення господарських операцій у бухгалтерському обліку. Причиною є відсутність у державі досконалої методики обліку земельних ресурсів. Земельні ділянки виступають специфічним об’єктом власності підприємства, тому вимагають до себе особливої уваги та індивідуально розроблених підходів з обліку.

Список використаної літератури

1. Белінська С.М. Теоритичні засади бухгалтерського обліку землі / Белінська С.М.. // Бізнес-навігатор. – 2015. – С. 169–170.
2. Земельний кодекс україни від 25.10.2001 № 2768-III [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://zakon2.rada.gov.ua
3. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/ show/2755-17.
4. Структура земельного фонду України та динакіма його змін [Електронний ресурс] // Сайт Держгеокадастру – Режим доступу до ресурсу: http://land.gov.ua/

Мельник Лілія Олександрівна
студентка 4 курсу ННІ економіки,
оподаткування та митної справи
Університет ДФС України
Науковий керівник:
Лепеха Марина Олександрівна
ст. викладач кафедри митної справи

АНАЛІЗ БОРОТЬБИ З ПОРУШЕННЯМИ МИТНИХ ПРАВИЛ В УКРАЇНІ

Таке явища як митні правопорушення набуло масштабних розмірів і розглядається не лише в межах конкретної держави чи певного регіону, а на світовому рівні, адже притаманна чи не усім країнам та регіонам світу. Для подолання їх поширення та негативного впливу кожна держава докладає всіх зусиль, розробляючи та реалізуючи ряд програм, завдань, вдосконалюючи своє законодавство та практику боротьби з ними. В Україні порушення митних правил залишається одним з головних дестабілізуючих чинників зовнішньої політики України, що за своїми масштабами, обсягами та наслідками негативно впливає на розвиток національної економіки, її стратегічних галузей.

Проблематика протидії з правопорушеннями у митній сфері привертає до себе значну увагу як науковців так і практиків. Серед авторів, які у своїх працях вивчали проблему боротьби з порушенням митних правил варто назвати: В.І.Волошин, П.В. Пашко, В.І. Марко, М.М. Литвин, О.Б. Єгорова, С.Ю. Дьоміна, І.С.Оверченко, О.І.Олійник , О.С.Стеблинська тощо.

Порушення митних правил (ПМП) відносяться до категорії адміністративних правопорушень.

Відповідно до ст. 485 МК, порушення митних правил є адміністративним правопорушенням, яке являє собою протиправні, винні (умисні або з

необережності) дії чи бездіяльність, що посягають на встановлений Митним кодексом України (МК) та іншими актами законодавства України порядок переміщення товарів, транспортних засобів комерційного призначення через митний кордон України, пред'явлення їх органам ДФС для проведення митного контролю та митного оформлення, а також здійснення операцій з товарами, що перебувають під митним контролем або контроль за якими покладено на органи ДФС МК чи іншими законами України, і за які передбачена адміністративна відповідальність[1].

Згідно з чинним законодавством виділяють 18 видів порушень митних правил, за які встановлюються стягнення у виді попередження, штрафу, конфіскацію, але якщо таке порушення не тягне за собою кримінальну відповідальність.

За результатами проведених заходів, спрямованих на виявлення та припинення порушень митних правил, протягом 2016 року митними органами України порушено 23235 справ на суму 2 млрд. грн., що на 5 427 справ та на 212,81 млн. грн. більше ніж у попередньому 2015 році (табл. 1).

Таблиця 1

Результати роботи митних органів України у напрямку боротьби з порушеннями митних правил у 2011-2016 рр.*

Показник	Роки				
	2011	2012	2014	2015	2016
Кількість порушених справ за фактами порушення митних правил, у т.ч.	28353	23 386	14603	17 808	23235
кількість справ з реально вилученими предметами порушень	19645	15744	6994	8 529	7952
Загальна вартість порушених справ, млн. грн	25197	1990	714,9	1 787,19	2000
Кількість розглянутих справ про порушення митних правил	6224	4495	5743	7 004	12839
Накладено штрафів за результатами розглянутих справ, млн. грн	6,73	19,62	68,40	615,63	659
Стягнуто платежів до Державного бюджету України (у результаті накладених штрафів), тис.грн	4813	9450	--	2038	--

*Примітка. Складено автором за даними сайту Державної фіскальної служби [3]

В період 2011 – 2014 років бачимо стрімке зменшення кількості порушених справ за фактами порушень митних правил, з показника 28 353 справи в 2011р. до 14603 справи в 2014 році. Вже з 2015 року спостерігаємо зростання кількості порушених справ до 17 808, і вже в 2016 році цей показник склав 23235 справ, що на 5 118 справ менше ніж на початок досліджуваного періоду в 2011 році.

Також, зменшилася і загальна сума на яку порушують справи,що в 2016 році становила 2 млрд. грн., що майже в 10 разів менше ніж аналогічний

показник за 2011 рік, що становив 25,197 млрд.грн. Найнижчий показник вартості спостерігався в 2012 році у сумі 714, 9 млн.грн. Вже в починаючи з 2015 року вартість порушених справ склала 1,7млрд., а вже в 2016 р. – 2 млрд. грн.. Спостерігаємо як і збільшення порушень митних правил, так і позитивну тенденцію розкриття справ про порушення митних правил та збільшення надходжень від даних справ.

Митницями ДФС вживалися організаційно-практичні заходи, спрямовані на протидію митним правопорушенням, що статистично виражені в таблиці 2.

Таблиця 2

Показники тимчасового вилучення предметів порушень*

Показник	Роки		
	2012	2015	2016
Вилучено: промислові товари, млн.грн.	454,77	366,8	353
транспортні засоби, млн.грн.	172,25	53,57	51
продовольчі товари, млн.грн.	52,31	106	62
валюта, млн.грн.	81,57	102,28	161

*Примітка. Складено автором за даними сайту Державної фіскальної служби [3]

Так в 2015 році, порівняно з 2012, зменшилися показники за вилученням промислових товарів на 87,97 млн. грн., транспортних засобі на 118,68 млн. грн. та збільшилися суми за вилучення продовольчих товарів на 53,69 млн. грн. та валюти на 21,01 млн. грн..

В 2016 році тимчасово вилучено предмети правопорушень по 7952 справах, з них: промислових товарів – на суму 353 млн. грн.,що на 3,76 % менше ніж в 2015 році, продовольчих товарів – на суму 62 млн. грн. (на 41,5 % менше від попереднього року), транспортних засобів – на суму 51 млн.грн. та валюти – на суму 161 млн.грн (157 % показника попереднього року).

Одним із шляхів попередження та виявлення митних правопорушень є співпраця та обмін інформацією з компетентними органами іноземних держав в рамках взаємної адміністративної допомоги. Взаємодія здійснюється з 65 митними адміністраціями держав-членів Всесвітньої митної організації.За результати співпраці протягом 2015 року заведено 804 справи про порушення митних правил на суму 879,1 млн. грн. Це складає 4,5 від загальної кількості справ заведених митницями з початку 2015 року та майже 50% від загальної вартості предметів правопорушень [2].

Отже, порушення митних правил є досить великою проблемою розвитку зовнішньоекономічної діяльності і негативно впливає на стан економіки України. Тим самим збільшення порушених справ про порушення митних правил може свідчити і про збільшення захисту митних інтересів, так і про збільшення самих порушень, що посягають на зовнішньоекономічну безпеку.

Необхідно зазначити, що протягом останніх років досить активно проводиться робота по розкриттю правопорушень та заведення справ про порушення митних правил. Аналіз свідчить, що з кожним наступним роком стає добре помітна тенденція до поліпшення показників відшкодування грошових та матеріальних цінностей.

Список використаної літератури

1. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI (редакція від 21.07.2012) [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. — Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17/ed20120721

2. Інформація про проведення заходів митницями ДФС із запобігання та протидії контрабанді, боротьби з митними правопорушеннями [Електронний ресурс]– 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://sfs.gov.ua/diyalnist-/borotba-z-ekonomichnoyu-zlochinnistyu 231912.html

3. Сайт Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://sfs.gov.ua/.

Мізіренко Олександр Сергійович
студент
Науковий керівник:
Марченко Ольга Іванівна
к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ВПЛИВ РИЗИКІВ НА ГОСПОДАРСЬКУ ДІЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Складні процеси, які відбуваються в економіці України, вимагають поглиблення знань з теоретичних і практичних питань управління ризиком господарської діяльності підприємств для досягнення й підтримки високого рівня конкурентоспроможності підприємства. Теоретичні, методологічні й практичні аспекти управління ризиками знайшли відображення в працях багатьох вітчизняних й зарубіжних учених, серед яких Г.Л. Бродецький, М.В. Грачова, Л.І. Донець, М. Круі, М.Й. Малік та інші.

Аналіз наукових досліджень щодо кількісного оцінювання ризиків дає змогу стверджувати, що в них не береться до уваги специфіка галузі, не враховуються особливості конкретного підприємства, наприклад, етап його

життєвого циклу, стратегія розвитку, досвід роботи тощо. Окрім того, використовуються, зазвичай, фінансові показники, які часто не відображають навіть реального рівня фінансового ризику, не кажучи вже про ризик персоналу, матеріальний ризик, кон'юнктурний ризик та інші виробничо-господарські ризики [5].

Особливістю ризику в сучасних умовах є те, що по-перше, ризики набули тотального, глобального характеру; по-друге, у ризикованих ситуаціях дедалі більше виникає необхідність в одноосібних рішеннях; по-третє, середовище діяльності підприємств стає ринковим, на яке впливають такі чинники, як конкуренція, кон'юнктура, нестабільність у попиті й цінах тощо; по-четверте, ризик дедалі більше перетворюється на товар через розвиток і вдосконалення страхування [4].

Ризик є невід'ємною частиною підприємницької діяльності, тому що суттєво впливає на конкурентоспроможність підприємства як його складова частина. Підприємства при взаємодії із зовнішнім середовищем підпадають під його вплив, що має ризиковий характер, який проявляється на всіх ланках виробничого процесу: починаючи із виробництва, транспортування, роботи технічних засобів, інвестуванні грошових засобів і залученні інвестицій, наймання нових працівників та закінчуючи реалізацією готової продукції.

Ризики, які впливають на підприємства та їхню конкурентоспроможність, за сферою виникнення можна розподілити на дві групи: зовнішні та внутрішні. Серед зовнішніх ризиків виділяють: політичний ризик, що визначається особливостями політичної ситуації, яка впливає на підприємницьку діяльність; законодавчий ризик, пов'язаний із можливістю різкої зміни законодавства щодо фінансово-господарської діяльності підприємства; природний ризик, пов'язаний з дією природних чинників, які спричиняють фінансові втрати у результаті вимерзання, заморозку, граду, зливи, посухи, повені тощо. До внутрішніх належать: виробничий ризик (виробництво і переробка сировини, дистрибуція); юридичні і також інфраструктурні (робоча сила, зовнішнє середовище, суспільна політика) [2]; маркетинговий ризик, наслідками якого є втрати у зв'язку з мінливістю умов ринку (попит, пропозиція, ціни); комерційний ризик, пов'язаний із небезпекою втрат у процесі фінансово-господарської діяльності (при перевезенні вантажів будь-яким транспортом, через затримку платежів, відмову від платежу, непостачання товару, витік комерційної інформації); фінансовий ризик, пов'язаний з купівельною спроможністю гро- шей та з вкладенням капіталу (інвестиційний); підприємницький ризик, пов'язаний із втратами внаслідок неефективної організації ведення справ. Невід'ємною частиною господарської діяльності будь-якого підприємства, незалежно від форми власності, є господарський ризик, який визначається як діяльність суб'єктів підприємств, що пов'язана з подоланням невизначеності в ситуаціях неминучого вибору, у процесі якого є можливість оцінити ймовірність досягнення бажаного результату чи невдачі, за умови відхилення від мети.

Завжди на підприємстві було важливим правильність прийняття управлінських рішень. Управління на підприємстві повинно бути спрямоване на збереження виробничих ресурсів та отримання достатнього прибутку, який компенсує ризики господарської діяльності. Управлінські рішення, що приймаються керівниками підприємств із питань забезпечення та постійного підвищення результативності їх функціонування, завжди пов'язані з ризиком їх невиконання. Управління ризиками – це процес, що включає в себе не тільки ризики, пов'язані з випадкової втратою, але й фінансові, стратегічні, операційні та інші ризики[3]. Управління ризиками – це те, як підприємства обирають для себе тип і рівень ризику, тому головне завдання управління ризиками визначається можливістю визначити альтернативи розвитку подій, оцінити ймовірність і наслідки їх настання[6].

У сучасних умовах, коли держава не несе відповідальності за зобов'язання підприємства, для підприємств розширяється коло можливостей і збільшується ступінь свободи у процесі прийняття управлінських рішень, а відповідно, виникає необхідність обліку, аналізу й оцінки ризику в системі управління підприємством. Кожне підприємство намагається зменшити можливі збитки, пов'язані з реалізацією ризиків. Для будь-якого підприємства управління ризиком передбачає виявлення, аналіз і регулювання тих ризиків, які можуть загрожувати майну й дохідності підприємства [1].

Отже, для того, щоб ефективно здійснювати господарську діяльність, підприємствам потрібно не уникати ризику, а правильно оцінювати його ступінь й управляти ним своєчасно, враховувати чинники ризику при прийнятті управлінських рішень, забезпечувати адаптацію діяльності підприємства до мінливих умов зовнішнього та внутрішнього середовища.

Список використаної літератури

1. Бродецкий Г.Л., Гусев Д.А., Елин Е.А. Управление рисками в логистике: Учеб. пособие для студ. учреждений высш. проф. образования. – М.: Академия, 2010. – 192 с

2. Захаріна О.В. Проблеми та перспективи розвитку інфраструктури ринку зерна в контекс- ті вступу України до СОТ // udau.edu.ua

3. Круи М., Галай Д., Марк Р. Основы риск менеджмента / Пер. с англ.; Науч. ред. В.Б. Ми- насян. – М.: Юртай, 2011. – 390 с.

4. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків: Навч. посібник / Л.І. До- нець, О.В. Шепеленко, С.М. Баранцева, О.В. Сергєєва, О.Ф. Веремейчик. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 472 с.

5. Соколенко В., Корецька О. Вплив економічних ризиків на конкурентоспроможність під- приємств харчової промисловості // Економічний аналіз: Збірник наук. праць.– Серія: Економіч- на думка.– 2011. – Вип. 9, Ч. 2. – С. 363–367.

6. Enterprise risk management (ERM) // searchcio.techtarget.com

Могильська Мирослава Олегівна
студентка
Науковий керівник :
Сторожук Олександр Володимирович,
к.е.н., доцент кафедри митної справи
Університет державної фіскальної служби України

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СТАНУ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО УКРАЇНИ

Підприємницька діяльність у сільському господарстві вважається процесом управління біологічними перетвореннями з метою отримання або ж сільськогосподарської продукції, або ж додаткових біологічних активів. Крім того, однією з особливостей обліку є те, що сільське господарство залежить від природних сезонних умов. Витрати здійснюють протягом певного проміжку часу (року чи півріччя) , а продукцію отримують з дозріванням культур, як правило, один раз на рік. А оприбуткування та облік отриманої протягом року продукції розраховують за плановою собівартістю з доведенням її наприкінці року до фактичної. Таким чином, бухгалтерський облік земельних ресурсів та отримання прибутку визначається сезонними особливостями галузі [4].

Нині аграрні підприємства в Україні потребують технологічного переоснащення аби бути конкурентоспроможними із фондозабезпеченими підприємствами економічно розвинених країн світу. А повне оновлення основних засобів можливе за рахунок вкладення капітальних інвестицій у підприємства даної галузі. А пріоритетними основними засобами в придбанні повинні стати зернозбиральні комбайни, трактори середньої та високої потужності, грунтообробно-посівні комплекси, технічні засоби післязбиральної обробки зернових і насіння олійних культур тощо [4].

Якщо українські аграрні підприємства мають на меті залишатися конкурентоспроможними не лише на вітчизняному, а і на закордонному ринку, то необхідно докорінно змінювати своє виробництво на інноваційній основі, максимально збільшувати ефективність виробництва та якість продукції за рахунок впровадження новітніх технологій.

Таким чином, проаналізуємо кількість капітальних інвестицій в сільське господарство України за період з 2010 по 2016 роки. Відповідно до даних Рис.1 вже в 2016 році обсяг інвестицій в сільське господарство України зріс у порівнянні з 2010 роком у 4,6 разів, що свідчить про зацікавленість як іноземних, так і вітчизняних інвесторів в земельних ресурсах України, крім того навіть у 2016 році у порівнянні з попереднім роком інвестиції зросли в 1,6 разів. Таким чином, сільське господарство стає все більш привабливим для

інвесторів , а земельні ресурси стають одним із провідних об'єктів інвестицій в українській економіці [1].

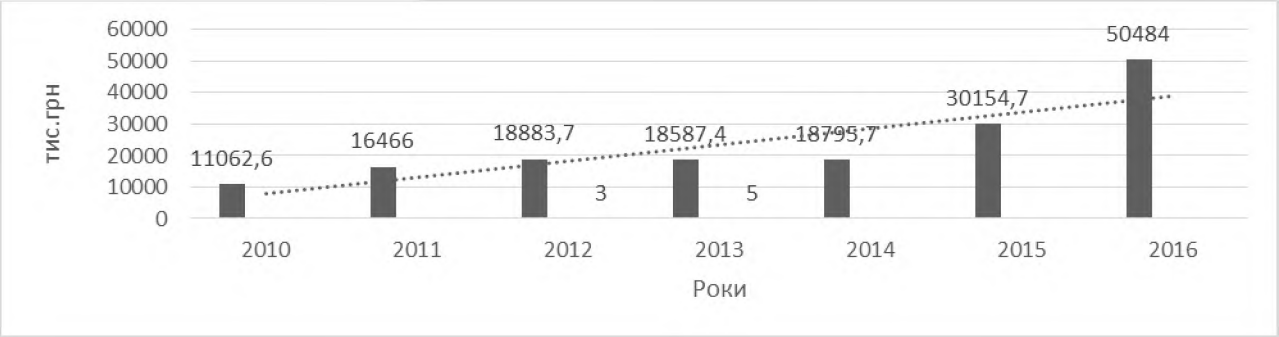


Рис. 1. Капітальні інвестиції в сільське господарство України у 2010 - 2016 р.р.[3]

Але, не зважаючи на потік інвестицій, сільське господарство всіх регіонів України розвинене нерівномірно. Це пояснюється як рівнем приватизації земельних угідь, так і природно-кліматичними умовами, різним економічним розвитком регіонів, рівнем густоти населення, характеристикою родючості ґрунтів та вигідним географічним положенням. Розглянемо ТОП-5 регіонів України за обсягом освоєних інвестицій у сільському господарстві (Рис. 2). До таких областей належать Полтавська, Київська, Вінницька, Кіровоградська та Харківська. Дані показники свідчать про те , що в даних регіонах найбільш активно використовуються капітальні інвестиції та перетворюються в матеріальні ресурси [2].



Рис. 2. ТОП-5 регіонів України за обсягом освоєних інвестицій в сільському господарстві України. [4]

Та окрім уже освоєних інвестицій, в регіонах України впроваджується 304 аграрні проекти . Серед областей найбільша кількість інвестиційних проектів впроваджується у: Львівській – 37 од. (на 11 од. більше у порівнянні до відповідного періоду минулого року); Вінницькій – 32 од. (на 12 проектів менше у порівнянні з минулим роком), Херсонській – 32 од. (-1 проект); Полтавській – 31 од. (+23 проекти); Черкаській – 27 од. (+ 3 проекти) . За даними Міністерства аграрної політики України, загальна сума кошторисної

[3] Складено автором на основі даних Державної служби статистики України
[4] Складено автором на основі даних Міністерства аграрної політики України

вартості інвестиційних проектів склала близько 37 млрд. грн, з яких основним джерелом фінансуванням є власні кошти – 27,6 млрд. грн. (74,7% до загальної вартості) [2].

Результатом впровадження інвестицій в сільське господарство України стане прискорення технологічної модернізації сільського господарства , підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції та розв'язання проблем продовольчої безпеки.

Отже, в сучасних умовах сільське господарство України потребує прискореного оновлення сільськогосподарського виробництва. Взагалі підприємницька діяльність у сільському господарстві вважається процесом управління біологічними перетвореннями з ціллю отримання або ж сільськогосподарської продукції, або ж додаткових біологічних активів. Крім того, однією з особливостей обліку є те, що сільське господарство залежить від природних сезонних умов. З кожним роком обсяги капітальних інвестицій в сільське господарство невпинно зростають, що говорить про інвестиційну привабливість агропромислового комплексу України та про визначення сільського господарства як провідної галузі економіки нашої держави.

Список використаної літератури

1.Дані Державної служби статистики в режимі доступу http://www.ukrstat.gov.ua/

2.Дані Міністерства агрополітики України в режимі доступу http://www.minagro.gov.ua/ .

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби».

4. Ю.О. Лупенко, О.В. Захарчук, М.М. Могилова «Наукове забезпечення техніко-технологічного оновлення аграрного виробництва в Україні; науковий журнал «Економіка АПК» №5, 2017р.

Могульська Тетяна Юріївна
студентка
Університет ДФС України
Сторожук Олександр Володимирович к.е.н., доцент кафедри митної справи
Університет ДФС України

РОЛЬ МИТНОЇ БЕЗПЕКИ ЯК ВАЖЛИВОЇ СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Проблеми економічної безпеки держави та митної безпеки як її складової є досить поширеними тому що, у сучасних мінливих умовах господарювання, з

посиленням міжнародного співробітництва та інтеграційних процесів, ризики стають невід'ємною частиною економічних відносин. Тому і набуває актуальності проблема митної безпеки, що забезпечує гарантування захисту економічних інтересів країни, захищеність життєво важливих потреб, інтересів і цінностей людини, населення, держави та регіонів від внутрішніх і зовнішніх загроз, джерелом яких є зовнішньо - економічні зв'язки.

Проблеми визначення ролі та місця митної безпеки як складової економічної безпеки досліджували у своїх працях такі вченні як І. Бережнюк, А. Бидик, Н. Гавловська, М. Губа, Є. Додін, І. О. Комаров, О. Мажула, К. Новікова, П. Пашко, М. Разумей, Є. Рудніченко та інші.

Як відомо, економічна безпека є складовою національної безпеки України і включає такі складові: зовнішньоекономічна та митна безпеки.

Митний кодекс України визначає митну безпеку як "стан захищеності митних інтересів України". У свою чергу, митні інтереси – це національні інтереси України, забезпечення та реалізація яких досягається шляхом здійснення державної митної справи [1].

Головною метою митної безпеки можна вважати досягнення певного рівня ефективності та надійності митної системи завдяки продуктивному функціонуванню митних органів. Варто виділити такі етапи реалізації митної безпеки:

- формування та затвердження митної політики в галузі митної безпеки;
- формування системи митного регулювання у взаємозв'язку з економічними інтересами й цілями держави, які впливають на визначення орієнтирів митного регулювання;
- застосування обраних заходів щодо методів регулювання та контролю до товарів, які переміщуються через кордон;
- моніторинг системи митного регулювання.



Рис.1. Етапи та складові частини митної безпеки [2, с. 145–155]

Митна безпека покликана забезпечити:

– переміщення через митний кордон товарів і транспортних засобів;

– здійснення митного регулювання, пов'язаного зі встановленням і стягуванням податків і зборів;

– здійснення процедур митного контролю і митного оформлення, зокрема із застосуванням потрібних засобів митно-тарифного і нетарифного регулювання;

– проведення робіт, спрямованих на боротьбу із контрабандою та порушеннями митних правил, а також виконання інших покладених на органи доходів і зборів завдань шляхом ефективної реалізації митної справи [2, с.147-148].

Митна складова в системі економічної безпеки держави має важливе значення, тому що за результатами однієї з важливіших складових економічної безпеки – наповненням Державного бюджету, митна служба забезпечує майже 30%.

П. Пашко наголошує на тому, що одними з головних показників митної безпеки є стан реалізації митного постаудиту як складової частини системи аналізу ризиків. Останнім часом ДФС України створює умови для забезпечення ефективності проведення перевірок після факту митного оформлення, що має за мету забезпечення повноти сплати митних платежів суб'єктами ЗЕД [3].

ДФС забезпечує постійний контроль за правильністю класифікації товарів згідно з УКТЗЕД та недопущення втрат обов'язкових митних платежів до державного бюджету. Додаткові надходження до бюджету за рахунок класифікаційної роботи, у порівнянні з 2015 роком збільшилися на 4,6% (229,3 млн. грн. проти 219,2 млн. гривень). Також, забезпечено контроль за правильністю визначення походження товарів. У 2016 році додаткові надходження від контролю за правильністю декларування країни походження товару склали 84,3 млн. грн., що на 5,8 млн. грн. більше, ніж за 2015 рік (без урахування Луганської та Донецької митниць).

У 2016 році проведено 314 документальних перевірок дотримання законодавства України з питань державної митної справи в рамках Митного Кодексу України (у 2015 році – 304), за результатами донараховано 798,6 млн. грн. грошових зобов'язань (у 2015 році – 117,7 млн.грн.); та 21 документальну перевірку, призначену відповідно до кримінального процесуального законодавства, за результатами яких донараховано 35,1 млн.грн. податкових зобов'язань по сплаті митних платежів. Інформація отримана в результаті митного пост-аудиту використовується в побудові системи профілів ризику [4].

Отже, митна безпека відіграє важливу роль у забезпеченні національної економічної безпеки. Це сукупність ефективних економічних, правових, політичних та інших механізмів, спрямованих на захист інтересів суб'єктів господарювання та держави в зовнішньоекономічній сфері і, зокрема, у митній сфері. Подальші дослідження потрібно зосередити на вивчені та систематизації зовнішніх та внутрішніх загроз митній безпеці та виділенні інструментів їх знешкодження.

Список використаної літератури

1. Митний кодекс України від 13.03.2012 р., № 4495-VI; ред. від 24.07.2015, на підставі 556-19 / Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17.
2. Новосад І. Митна безпека як важлива складова економічної безпеки держави / І. Новосад // Світ фінансів. – 2015. – №2. – С. 145–155
3. Митна політика та митна безпека України : монографія; за заг. ред. П.В. Пашка, І.Г. Бережнюка. – Хмельницький : Вид-во ППМельник А.А., 2013. – 338 с.
4. Звіт про виконання плану роботи Державної фіскальної служби України на 2016 рік [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. – Режим доступу: http://sfs.gov.ua/diyalnist-/plani-ta-zviti-roboti-/166710.html– Назва з екрана.

Моргуненко Артем Сергійович
студент групи ОБА-15-1,
Університет ДФС України
Науковий керівник :
Сидорко Наталія Леонідівна
ст. викладач кафедри економіки підприємства

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Сучасні умови, висвітлюють підприємництво в країні під час нестабільної економіки, в ході цього, інвестиційний потенціал стрімко знижується. Таким чином суб'єктам господарювання на мікроекономічному рівні слід переглянути соціально-економічні пріоритети. Так розширення потенціалу в сфері інноваційно-інвестиційної діяльності потребує розстановки пріоритетів, їхня різниця свідчить про дуже сильну різність країн щодо спроможності використання підприємницького потенціалу та спрямування його на зростання добробуту.

Незважаючи на привабливість ідеї здійснення прориву в розвитку держави та бізнес-середовища, деякі автори вважають такий сценарій малоймовірним для України як такий що потребуватиме від неї встановлення світових рекордів [1].

Даній проблематиці присвячено наукові дослідження й публікації, як українських так і зарубіжних економістів, зокрема О. Амоша, І. Должанський, Л. Квятковська, Н. Краснокутська, Є. Лапін, О. Маслак, П.Пашко, О. Сухай, О. Федонін та інші

Метою є актуалізація інноваційної інвестиційного розвитку підприємництва в Україні, шляхом формування та поступового розвитку галузей технічних укладів, здатних до якісного розвитку та відповідно прискорити темпи економічного розвитку.

Незважаючи на значну кількість досліджень, дискусійними залишаються чимало питань формування економічного потенціалу господарюючого суб'єкта, що пов'язано з неоднозначністю трактування сутності самого поняття «потенціал підприємства», відсутністю єдиної думки науковців щодо його структурування, складністю даної проблематики та досить широкою сферою аспектів, які вона охоплює [2, с.153].

Як показує практика розвинених країн світу, розвиток інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємництва натепер потребує державної підтримки науки, яка займається на її засадах продукуванням нових розробок і механізмів організації нових виробництв. Результатом є прибуток, який покриває витрати на дослідження і впровадження інноваційних розробок за рахунок інвестицій в нові технології.

Можна говорити про наявність державного і соціального замовлення як на якісний розвиток функціонуючого підприємництва, так і кількісне зростання нових суб'єктів підприємницької діяльності. Як свідчить світова практика, саме підприємництво є основою і невід'ємним компонентом економічної системи будь-якої розвиненої держави.

За даними Державної служби статистики в Україні на початок 2017 року функціонувало 344,3 тис. підприємств, з яких лише 435 великі, решта – це малі і середні підприємства, які власне і реалізують національний підприємницький потенціал як процес з обов'язковою участю і активною діяльністю індивіда. Крім того, в Україні в 2015 році налічувалось 1652, 6 тис. фізичних осіб-підприємців [3].

Стан підприємницького сектора, можливості його якісного та кількісного зростання обумовлені структурою, величиною та суттєвими умовами формування підприємницького потенціалу. Ступінь реалізації останнього є об'єктивним відображенням рівня соціально-економічного розвитку суспільства і його найважливішої складової - бізнес-сфери [4, с. 117].

У країнах ЄС малі підприємства надають 57 % робочих місць і забезпечують майже 46 % обсягу реалізованої продукції [5, с.142] . Середні підприємства забезпечують зайнятість 21 % працюючого населення і виробляють майже 1 % від загального обсягу реалізованої продукції. Перш за все вагомий розвиток малого та середнього бізнесу зумовлений, вагомою державною підтримкою, а також широкою кооперацією із великими об'єднаннями, коли малі підприємства виступають в ролі сателітів і забезпечують виконання частки виробничих процесів. Їх активна участь у промисловому виробництві зумовлює інноваційний характер підприємництва у країнах ЄС [5, с.129].

Офіційні статистичні дані свідчать, що основними джерелами фінансування інноваційної діяльності в Україні у 2015–2016 рр. є кошти які у власності підприємств, кошти державного бюджету, кошти іноземних інвесторів та інші джерела. Найбільша питома вага із загального обсягу фінансування інноваційної діяльності в Україні за цей період припадала на власні кошти підприємств: у 2016 р. вона складала 85,0 % від загального обсягу фінансування проти 72,9 % у 2015 р. Частка коштів вітчизняних інвесторів у цій сфері різко знизилась з 1,3 % у 2015 р. до 0,1 % у 2016 р. За три роки іноземного інвестування у загальному обсязі джерел фінансування, інноваційного характеру відчутно зменшились майже в 7 разів - з 13,1 % у 2015 р. до 1,8 % у 2016 р., що є результатом порушення економічного і політичного балансу в країні [4, с.255].

Таким чином, можливо зазначивши про наявність системних проблем, які перешкоджають розвитку бізнесу в Україні та гальмують розвиток вітчизняного підприємницького потенціалу. Можна стверджувати що системне накопичення проблем розвитку підприємницького потенціалу в Україні значно погіршує її позиції в європейському бізнес-просторі та не дозволяє сподіватися на активне використання можливостей для реалізації необхідних на сучасному етапі антикризових заходів, що стримують розвиток інноваційної діяльності є: нестабільність політичної ситуації в країні, високі ризики і різке погіршення ділової активності в економіці внаслідок тривалої рецесії, а також – відсутність системного державно-управлінського підходу до процесів, що відбуваються в інвестиційно-інноваційному розвитку суб'єктів господарювання України.

Отже, як складна економічна мікросистема, майже кожна фірма володіє потенціалом, який можна утворити, проаналізувати та зробити оцінку. Так за умов, затяжної кризи, нестабільного зовнішнього середовища та тиску з усіх сторін, зокрема податкової, необхідно майстерно поратись з потенціал підприємства як з цілю постійного та виваженого розвитку в майбутньому, так і збереження своїх позицій на ринку.

Список використаної літератури

1. Оцінюючи Україну: Місце серед 40 Найкращих Країн за Індексом Глобальної Конкурентоспроможності[Електронний ресурс] - Режим доступу: http://voxukraine.org/2016/02/16/evaluating-ukraine-top-40-of-the-global-competitiveness-index-ua/

2. European business – Facts and figures. — Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2015.

3. Державна служба статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua

4. Прушківський В. Проблеми інвестиційної політики та інновацій національної економіки (економіко-екологічний аспект) / В.Г. Прушківський, Т. Г. Сиволап. – Економічний простір: Збірник наукових праць. – No47. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2015. – С. 115-123.

5. Орлик І. О. Механізми та засоби активізації інвестиційного розвитку підприємства / О.І. Орлик // Вісник Хмельницького національного університету. – 2016. – Вип. 1. – С. 102-110. — (Серія «Економічні науки»).

6. Експрес-випуск Держкомстату України "Про розвиток малого підприємництва в Україні у 2016 році" : формат представлення статистичних даних [Електронний ресурс]: публікації / статистика науки та інновації. – Електрон. дані (2 файли). – 2015. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua

Мороз Даниіл Русланович
магістрант
Науковий керівник:
Романишин Володимир Орестович
кандидат економічних наук, доцент
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ІННОВАЦІЇ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК ВИКОРИСТАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Господарська діяльність на підприємстві безпосередньо пов’язана з рухом грошових коштів. Кожна господарська операція супроводжується надходженням або витрачанням коштів, які обслуговують операційну, інвестиційну та фінансову діяльність підприємства. На разі постійний розвиток інновацій вимагає все більше інвестицій підприємств в ході забезпечення своєї конкурентоспроможності на ринку. Отже й зростає обсяг капіталу, що інвестується в розвиток інновацій з метою забезпечення власного економічного зростання.

Загалом, грошові потоки обслуговують здійснення господарської діяльності підприємства практично у всіх її аспектах. Зважаючи на те, що ефективне управління грошовими потоками дозволяє забезпечити фінансову рівновагу та ритмічність діяльності підприємства, варто оцінити доцільність збільшення грошових потоків у інноваційну діяльності.

Капітал підприємства як форма фінансового забезпечення інноваційного розвитку формується з коштів суб’єкта господарювання, кредитів інноваційних банків, інвестиційних фондів, венчурного фінансування тощо.

Одним з напрямків стратегічного управління на підприємстві є саме впровадження інновацій. Відповідно до законодавства України під інноваціями слід розуміти новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також

організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1].

Саме впровадження інноваційних товарів або послуг дозволяє підприємству зайняти на ринку сильні позиції та забезпечити умови потужної конкуренції. Розробка стратегії інноваційного розвитку передбачає:

- визначення цілей і довгострокових перспектив розвитку інвестиційної діяльності на підприємстві;
- перетворення загальних цілей на конкретні завдання здійснення інвестиційної діяльності;
- оцінка обсягів та джерел фінансування даних інноваційних проектів;
- ефективну реалізацію розробленої стратегії з метою досягнення поставлених цілей і перспектив розвитку;
- аналіз ситуації на ринку, внесення коректив у довгострокові напрями інвестиційної діяльності з урахуванням накопиченого досвіду, умов, що змінюються, нових ідей і можливостей підприємства.

Як відомо, підприємство оперує трьома видами грошових потоків у процесі свого функціонування: грошові потоки від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності. Основу фінансового забезпечення складають грошові надходження від операційної діяльності, які включають в себе надходження коштів від покупців продукції; від податкових органів у порядку здійснення перерахунку зайво сплачених сум. Відтік коштів на операційну діяльність характеризується грошовими виплатами постачальникам сировини і матеріалів; стороннім виконавцям окремих видів послуг, що забезпечують операційну діяльність; заробітної плати персоналу, зайнятому в операційному процесі; податкових платежів підприємства тощо.

Грошовий потік від фінансової діяльності включає надходження і виплати коштів, пов'язані з залученням додаткового акціонерного чи пайового капіталу, одержанням довгострокових і короткострокових кредитів і позик, сплатою в грошовій формі дивідендів і відсотків по вкладах власників і деякі інші грошові потоки, пов'язані із фінансуванням господарської діяльності підприємства.

Що стосується грошового потоку від інвестиційної діяльності, то він характеризує кошти, пов'язані зі здійсненням реального і фінансового інвестування, продажем основних засобів, що вибувають, і нематеріальних активів, ротацією довгострокових фінансових інструментів інвестиційного портфеля й інші аналогічні потоки коштів, що обслуговують інвестиційну діяльність підприємства. Таким чином фінансування інновацій відображається переважно у грошових потоках від інвестиційної діяльності та операційної.

В інвестиційній діяльності капіталовкладення в нову техніку (технологію) і приріст оборотних коштів, пов'язаний з реалізацією інноваційного заходу, враховуються як негативні потоки. Аналогічно враховуються діючі основні фонди, залучені для реалізації заходу, і нематеріальні активи [2, с.346-349].

Для визначення ефективності управління грошовими потоками оцінюють їх структуру на підприємстві. Так ефективність управління підприємством можна охарактеризувати як високу тоді, коли за результатами звітного періоду чистий рух грошових коштів у результаті операційної діяльності має позитивне значення, у результаті інвестиційної та фінансової діяльності – негативне.

Це означає, що підприємство отримує досить грошових коштів, щоб мати можливість інвестувати ці кошти в інновації, а також погашати залучені кредити. Причому підприємству для здійснення інвестицій достатньо тільки власних коштів. Якщо при цьому чистий рух коштів в результаті всіх видів діяльності підприємства за рік також має позитивне значення, то можна говорити про те, що керівництво підприємства повністю справляється зі своїми функціями.

Варто відмітити, що фінансування витрат інвестиційної діяльності за рахунок надходження від фінансової діяльності також не завжди є негативним явищем. Більш того, від'ємне значення по статті «Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності» і позитивне по статті «Чистий рух коштів від фінансової діяльності», може також означати, що підприємство під невеликий відсоток отримало кредит і інвестувало отримані грошові кошти на більш вигідних умовах. Тож дана ситуація, як і перша, є прийнятною при оцінці якості управління підприємством.

Насторожує ситуація, коли рух коштів у результаті інвестиційної та фінансової діяльності має позитивне значення, а в результаті операційної – негативне. У цьому випадку підприємство фінансує витрати операційної діяльності за рахунок надходжень від інвестиційної та фінансової, тобто за рахунок залучених кредитів, додаткової емісії акцій і т. інше. Така структура руху грошових коштів прийнятна для новостворених підприємств, які ще не почали працювати на повну потужність і знаходяться на початковій стадії розвитку.

Як бачимо інвестування коштів у інноваційну діяльність свідчить про досить ефективне управління ними, оскільки інновації надають підприємству одразу низку переваг:

- покращення умов реалізації продукції;
- динамічний саморозвиток підприємства;
- можливість підвищення прибутку, забезпечуючи конкурентоспроможність продукції;
- скорочення ризику банкрутства в перехідний період;
- вихід на нові ринки збуту та розширення цільової аудиторії.

Тож вкладаючи кошти сьогодні, можна отримати результат в майбутньому, адже інновації вирішують широкий спектр питань, які розраховані на якісні зміни в діяльності підприємства.

Список використаної літератури

1. Закон України "Про інноваційну діяльність" від 04.07.2002 р. № 40-IV [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15
2. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства: Навч. посіб. — 2-ге видання. — К.: Центр учбо- вої літератури, 2010. — 488 с

Мороз Марія Юріївна
магістр
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ В КРАЇНІ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВ

Функціонуючи в ринковій економіці як суб'єкт підприємницької діяльності, кожне підприємство повинно формувати такий стан своїх фінансових ресурсів, за якого воно могло б безперебійно виконувати свої фінансові зобов'язання перед своїми діловими партнерами, державою, власниками, найманими працівниками.

Фінансовий стан підприємства наразі є однією з найважливіших характеристик виробничо-фінансової діяльності підприємств. Під фінансовим станом підприємства розуміють рівень його забезпеченості відповідним обсягом фінансових ресурсів, необхідних для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного здійснення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями [1, с.335].

Звичайно існує багато підходів та визначень різних авторів щодо даної економічної категорії, однак, на мою думку, найбільш широке визначення фінансового стану підприємства виклав А. М. Поддєрьогін, який зазначає, що фінансовий стан підприємства — це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [2, с. 282].

Сьогодні для нормального функціонування підприємства мають ефективно використовувати фінансові ресурси у процесі господарської діяльності, виживати в умовах конкуренції, враховувати інтереси споживачів тощо. Щоб не стати неплатоспроможним підприємство мусить постійно стежити за ситуацією на ринку і забезпечувати високу конкурентоздатність підприємства.

Як відомо, до основних елементів, які характеризують фінансовий стан, відносять: ліквідність та платоспроможність, фінансову стійкість, ефективність використання капіталу тощо. При цьому дані елементи фінансового стану за своєю суттю є окремими економічними поняттями та характеризують окремі аспекти діяльності суб'єкта господарювання. Тобто дані елементи самі по собі є окремою системою з певними зв'язками, а стосовно фінансового стану є підсистемами.

Тож, фінансовий стан підприємства являє собою складну, інтегровану за багатьма показниками характеристику якості його діяльності. На фінансовий стан підприємства впливають усі види його діяльності: комерційна, виробнича, фінансово-господарська. Крім того, значного впливу надає й зовнішня ситуація, яка складається на ринку та в економіці країни загалом, а тому однією з найважливіших умов успішного функціонування підприємства є системне вивчення його фінансового стану і чинників, що впливають на нього.

Кожне підприємство є відкритою системою, яка постійно взаємодіє з зовнішнім середовищем, а тому залежить від нього стосовно поставок ресурсів, енергії, кадрів, споживачів, а також взаємодії з конкурентами.

Економічна ситуація, яка склалася в країні є багатозначною характеристикою та включає в себе наступні складові:

- характер економіки та економічних процесів таких як інфляція/дефляція;
- система оподаткування та якість «економічного законодавства»;
- загальна кон'юнктура ринку;
- соціально-економічна обстановка, пов'язана з рівнем платоспроможного попиту населення;
- розміри та темпи зростання чи зменшення ринку, окремої галузі;
- інвестиційний потенціал;
- система ціноутворення;

Як бачимо, існує багато економічних чинників, які впливають на підприємство. На здатність підприємства залишатися прибутковим безпосередньо впливає загальний стан та благополуччя економіки, стадії розвитку економічного циклу. Погані економічні умови знижують попит на товари та послуги підприємств і як наслідок скорочують обсяги реалізації продукції та прибутки, тоді як більш сприятливі умови можуть забезпечити передумови для зростання підприємств.

Економічний клімат, який склався в країні визначає рівень можливості досягнення підприємствами поставлених економічних цілей. При цьому для кожного підприємства необхідно оцінювати ряд економічних показників, які найбільш впливають на їх фінансовий стан. До таких показників можна віднести курс обміну валют, ставка відсотка, темпи економічного зростання, рівень інфляції тощо.

Так ставка відсотка значно впливає на споживчий попит. Підприємствам, які розглядають плани розширення, що фінансуються за рахунок отримання

позик, очевидно, треба стежити за рівнем ставки відсотка і її впливом на ціну капіталу. В свою чергу даний чинник впливає на платоспроможність підприємств та їх фінансову стійкість, як складові фінансового стану.

Курси обміну валют визначають вартість гривні по відношенню до вартості грошових одиниць інших країн. Зміни в курсах обміну валют безпосередньо впливають на конкурентоспроможність продукції організації, якщо вона експортує товари на світовий ринок, а також на ділову активність.

Темп економічного зростання загалом визначає можливості та загрози для підприємства. Зростання в економіці, збільшуються витрати споживачів, а також конкуренцію на ринку, однак в свою чергу надають перспективи збільшення прибутків компаній. Зниження темпів економічного росту і скорочення споживчих витрат також збільшують конкуренцію на ринку, однак дане збільшення викликане прагненням підприємств, залишитися в галузі в умовах загрози кризи.

Щодо інфляції, то даний показник безпосередньо впливає на діяльність підприємств та їх фінансовий стан. Даний фактор має відображення у показниках ліквідності та платоспроможності, а також визначає платоспроможний попит населення, що характеризує можливі прибутки підприємств. Крім того, високі темпи інфляції призводять до непередбаченої ситуації на ринку, що ускладнює планування на підприємстві.

Отже, до факторів прямого впливу зовнішнього середовища варто віднести взаємодію з постачальниками, споживачами товарів, конкурентами, маркетинговими посередниками. Крім того, значний вплив на діяльність підприємств має законодавство, що регулює їх економічну діяльність.

Треба також зазначити, що взаємодія підприємств з оточенням має певну специфіку: окремі фактори по-різному впливають на окремі підприємства. Ступінь впливу залежить, зазвичай, від розмірів і галузевої належності підприємства, територіального розміщення та якості управління. Тому кожне підприємство має виявити для себе, які саме фактори мають найбільший вплив на їхню діяльність, і ретельно досліджувати їх. Однак лише визначати вплив середовища на підприємство недостатньо, важливо також формувати певні «відповіді» на цей вплив та пристосовуватись до них. Кожен окремий чинник варто аналізувати різними способами, такими як побудова сценаріїв, економіко-математичних моделей тощо.

Список використаної літератури

3. Непочатенко О.О. Фінанси підприємств. : навч. посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2013 - 504с.

4. Поддєрьогін А.М., Фінансовий менеджмент: Навч. посіб — Київ. нац. екон. ун-т. - К.: КНЕУ, 2001. — 294 с.

5. Осовська Г. В., Осовський О. А. Менеджмент організації: навч. посібник / Г. В. Осовська, О. А. Косовський. – К.: Кондор, 2005. – 860 с

Морозова Марина Анатоліївна
студентка
Науковий керівник:
Полоус Ольга Вікторівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки
Національний авіаційний університет

ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК

Майже рік тому набула чинності Угода про вільну торгівлю між Україною та Європейським союзом, підписання якої далося не легко. Попри всі пільги надані Європою, українським підприємствам досить складно виходити на ринок ЄС. Раніше більшість підприємств України орієнтувались на російський ринок, але починаючи з 2013 року, в першу чергу через військову агресію, експорт до Росії та найближчих до неї країн скоротився, тому вітчизняні виробники почали активно освоювати ринок Європи.

Результати вільної торгівлі досить неоднозначні. За деякими позиціями експорт навіть не почався. Найбільше Україна постачає до Європи сільськогосподарської продукції та металу. Дійсно, перспективи в українських підприємств є, про це свідчить досвід компаній які вже присутні на ринку Європи, але Європейська Бізнес Асоціація попереджає, що це можливо лише за умови якщо - якість продукції буде відповідати європейським стандартам. А з цим поки не все так легко[1]. Національні держстандарти настільки далекі від стандартів якості європейських країн, що деяким підприємствам доведеться витратити досить багато часу на отримання сертифікатів ЄС. Виглядає це приблизно так: виробнику потрібно буде подати заявку до Європейської комісії на отримання сертифікату відповідності продукції європейським стандартам, після цього підприємство відвідують інспектори і визначають на скільки виробничий процес відповідає нормам Євросоюзу, таких інспекцій може бути кілька, інспектори надають рекомендації і коли вони всі будуть ідеально виконані, виробник отримує сертифікат, який дозволяє підприємству постачати продукцію в країни ЄС. Багато українських підприємств не готові до такої процедури. Виробникам бракує коштів не тільки на модернізацію, багато підприємств в теперішніх умовах намагаються просто залишитись «на плаву».

Відповідно, уряд України на законодавчому рівні намагається вводити євростандарти для виробників, і більшість підприємств які не будуть відповідати цим стандартам не тільки не зможуть експортувати продукцію в європейські країни, а й не зможуть реалізувати її на вітчизняному ринку [2].

У таких умовах виграють підприємства які кілька років тому підтримали тенденцію європейської перспективи. За даними Мінагропрому українські

експортери за п'ять місяців використали річні квоти, а це слугує приводом профільному міністерству вести переговори про збільшення квот. Причому перед країною постає ще одна проблема - збільшення ціни продукції на вітчизняному ринку. Цьогоріч за кордон експортували продукції на 42% більше аніж торік. Брак кваліфікованої робочої сили, підвищення цін на електроенергію, газ, водопостачання - все це впливає на ціну. В першу чергу від цього страждає український споживач, платоспроможність якого ніяк не підвищилась навіть зі зростанням прожиткового мінімуму.

Список використаної літератури

1. Зроблено в Україні: чому європейці не хочуть наших товарів [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://ua1.com.ua/publications/zrobleno-v-ukrajini-chomu-evropeyci-ne-hochut-nashih-tovariv-3375.html
2. Основні проблеми українських експортерів при виході на ринки ЄС [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://ukrtransagent.com.ua/uk/osnovni-problemy-ukrayinskykh-ekspor/.

Нам'ясенко Юрій Олександрович
магістр
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Гераймович Віолета Леонтіївна
к.е.н., доцент, доцент кафедри глобальної економіки

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

На даний момент Україна все ще перебуває у дуже напруженій макроекономічній та фінансовій ситуації. Хоча багато яких економічних процесів в державі стабілізувались, наприклад, динаміка обмінного курсу – економіка держави все ще стикається з труднощами, пов'язаними із залученням прямих закордонних інвестицій (ПЗІ). У 2014 році було залучено лише близько 300 млн. дол. США (або 0,2% ВВП), сам внутрішній запас закордонних інвестицій скоротився приблизно на 15 млрд. дол. США, з 78,8 до 63,8 млрд. дол. США,

Таке положення речей викликає деякі проблеми. Перша з них – це підтримка платіжного балансу, тобто в майбутньому значні обсяги приватного

капіталу потребуватимуть залучення стабільних та довготермінових іноземних інвестицій з метою доповнення і в кінцевому рахунку заміни інвестицій, які надаються різними міжнародними організаціями. До другої проблеми відноситься подальший розвиток інвестиційного клімату в державі, так як закордонні надходження можуть поповнити величину внутрішніх інвестицій, які в даний час дуже низькі через складну економічну ситуацію, рівень безпеки та великі витрати на фінансування. Також падіння інвестицій зробило значний негативний внесок у падіння реального ВВП в 2014 році на 6,8%.

Розглянемо динаміку надходжень прямих закордонних інвестицій в економіку України (рис.1). В загальному можна виділити три етапи залучення ПЗІ: період «буму», який продовжувався до 2008 року: надходження, зокрема у фінансовий сектор, перевищували 10 млн. дол. США в рік і були постійно на рівні 5% від ВВП; період «відновлення» до 2012 року: в результаті світової кризи інвестиції в Україну впали на 50% у 2009 році. Щойно почалося відновлення економіки, рівень інвестицій почав поступово зростати в абсолютних показниках; період «повторної кризи» з 2013 року: економічна стагнація та зростаюча макроекономічна і внутрішня нестабільність призвели до значного падіння прямих закордонних інвестицій.

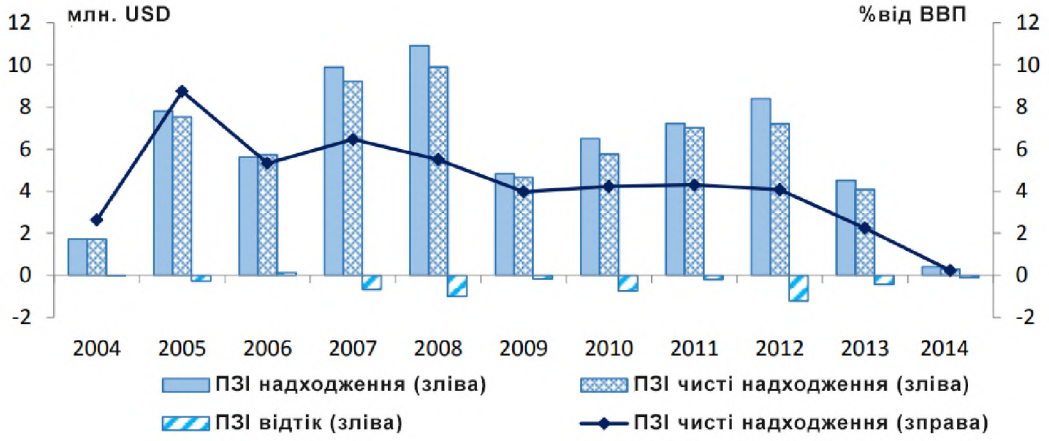


Рис. 1. Динаміка надходжень прямих закордонних інвестицій в економіку України у 2004-2014 р.р.

Загалом, прослідковується, що у відповідності з показаною динамікою іноземних надходжень до 2013 року відбувалося також і поступове збільшення внутрішнього запасу ПЗІ. Однак 2014 рік можна вважати кінцем такої позитивної тенденції, оскільки вперше за 10 років внутрішній запас прямих закордонних інвестицій фактично зменшився на 15 млрд. дол. США. Проте, таке падіння є, насамперед, феноменом банківської системи, оскільки воно відбулося через різке зниження курсу гривні.

Динаміка внутрішнього капіталу досить відрізняється при порівнянні з ВВП, оскільки значне зниження номінального ВВП у 2009 році призвело до відповідного стрибка цього показника з 26% від ВВП в 2008 році до 45% від ВВП в 2009 році. Це пояснює той факт, що у 2009 році відтік прямих іноземних

інвестицій не спостерігався, відбувалося надходження від ре капіталізації банків іноземними власниками. Після відновлення економіки даний показник стабілізувався, а у 2014 році відбувся аналогічний ефект, так як значне зниження номінального ВВП (з 179,6 до 130,7 млрд. дол. США) призвело до збільшення величини внутрішнього капіталу до 48,4% від ВВП, незважаючи на фактичне падіння абсолютної величини запасу прямих іноземних інвестицій. Ту саму ситуацію можна прослідкувати з ВВП на душу населення, коли в результаті економічної кризи та стрімкого падіння курси гривні Україна перемістилась з другого квантилю розподілу доходів серед країн світу до першого (рис. 2).

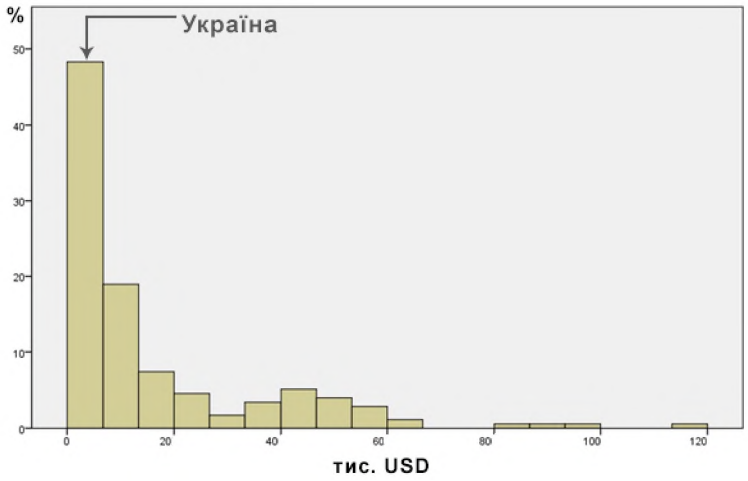


Рис. 2. Гістограма розподілу доходів на душу населення в поточних цінах за 2014 рік серед 174 розглянутих країн світу.

Слід підкреслити, що Україна або стоїть на місці або втрачає свої позиції у світовому рейтингу за даним показником (рис.2) , так у 2007 році ми займали 145 позицію з 251 можливих, а у 2000 році 142 позицію з 250 можливих. Станом на 2016 рік Україна за ВВП на душу населення займає 159 місце з 225 розглянутих країн світу. Дослідимо, безпосередньо, вплив залучення іноземних інвестицій на економіку країн (ВВП на душу населення). Як видно з рис.3 прямої залежності між даними показниками немає. Більшість країн зосереджені в проміжку від 0 до 10% від загального ВВП і при цьому спостерігається велика варіативність ВВП на душу населення серед країн в даному діапазоні.

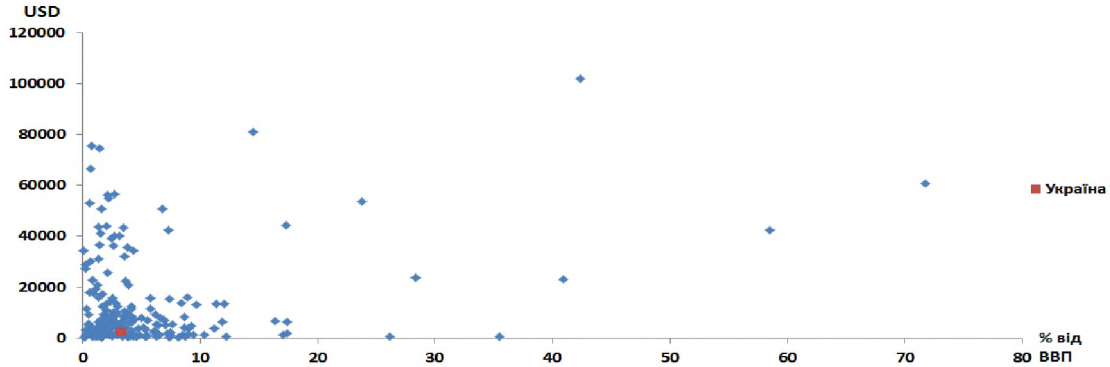


Рис. 3. Залежність ВВП на душу населення від прямих іноземних інвестицій серед країн світу.

Ці самі міркування підтверджує регресійна модель залежності ВВП на душу населення від кількості залучених іноземних інвестицій в ВВП країни (табл.1). Коефіцієнт детермінації даної моделі становить менше 1%, таким чином підтверджується нульова гіпотеза про відсутність взаємозв'язку між досліджуваними величинами.

Таблиця 1.

Параметри адекватності економетричних моделей

ДОСЛІДЖУВАНА ВЕЛИЧИНА	**РІВНЯННЯ ТРЕНДУ**	**R^2**	**F**	**t_0**	**t_1**
Модель для світу У – ВВП на душу населення (USD) x-% від ВВП	y=8984+586,7x	0,08	18	7	4
Модель для України У – ВВП на душу населення (USD) x-% від ВВП	y = 1479+209,5x	0,14	2,5	2,5	1,5

Повертаючись до України робимо висновок, що залежність її економіки від інвестиційного клімату, також, дуже перевищена, адже іноземні інвестиції пояснюють лише 14% варіативності регресійної моделі.

Список використаної літератури

1. World bank data, GDP per capita [Електронний ресурс] – https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD
2. Foreign direct investment statistics [Електронний ресурс] – http://www.oecd.org/corporate/mne/statistics.htm

Некрасова Ганна Юріївна
студентка
Науковий керівник:
Вільчинська Олена Миколаївна
к.е.н., доцент
Вінницький навчально-науковий інституту економіки Тернопільського національного економічного університету

ВИКОРИСТАННЯ МАТРИЧНИХ МОДЕЛЕЙ У МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Для дослідження ринкової ситуації та аналізу господарського портфеля підприємства у маркетингових дослідженнях використовують досить популярні матричні моделі, серед яких: матриця «Бостонської консалтингової групи», матриця «Ансоффа» та матриця «конкурентоспроможність – стадія життєвого циклу» [1].

Матриця «Бостонської консалтингової групи» є найвідомішою та найпростішою моделлю, яка була розробленою у 60-х роках XX ст. У відповідності з цим методом, господарський портфель підприємства складається з двох чинників: відносна частка ринку і темп зростання ринку.

Відносна частка ринку розглядається як узагальнений показник сильних і слабких сторін на ринку. Тобто це відношення між часткою ринку, яку займає кожний продукт підприємства і загальним обсягом ринку.

Темп зростання ринку представлений як узагальнений показник, що характеризує можливість подальшого зростання та розширення ринку за рахунок річного зростання виробництва продукції конкретної галузі.

В основі даної матриці закладені дві гіпотези: зростаюча частка ринку, яка визначає наявність конкурентної переваги, що пов'язана з низькими витратами виробництва, та високою рентабельністю; зайняте положення на зростаючому ринку, яке потребує капіталовкладення та інвестицій для оновлення і розширення виробництва.

Перевагою даної матриці є:

- Доступність, простота, достовірність;
- Можливість узгодити господарський портфель в плані фінансування, поєднати види діяльності;
- Можливість застосування як в цілому на підприємстві так і на його підрозділах [2].

Недоліком матриці «Бостонської консалтингової групи» є: зосередження уваги лише на грошових потоках та розподілі інвестицій між стратегічними бізнес одиницями відповідно до їх позиції на матрицях. А також негативним є

те, що фірма не зможе визначити своє становище стосовно конкурентів, тому це не буде слугувати зміцненню її позицій на ринку.

Матриця Ансоффа представлена 1957 року на Гарвардському бізнесовому огляді призначена для визначення напрямків зростання бізнесу. Вона допомагає вірно обрати напрямок розвитку бізнесу з урахуванням існуючих ресурсів і можливостей підприємства, а також допомагає правильно згрупувати інформацію про ринок і про товар компанії.

Дана матриця широко застосовується на практиці в процесі стратегічного управління підприємством. Використовується менеджерами в процесі прийняття рішень про вибір стратегії. Призначена для опису можливих стратегій підприємства в умовах зростаючого ринку.

Стратегії в матриці Ансоффа:

- Стратегія вдосконалення діяльності – базується на розробці заходів щодо просування продукції і збільшення ефективної діяльності на ринку, вивчені цільового ринку підприємства;
- Товарна експансія – спрямована на розробку нових чи вдосконалення існуючих товарів з метою збільшення продажів. Дана стратегія може здійснюватися на вже відомому ринку.
- Стратегія розвитку ринку – передбачає пошук нових ринків для вже освоєних товарів. Така стратегія базується на великих витратах і більш ризикована, ніж попередні стратегії, але є більш прибутковою.
- Стратегія диверсифікації – спрямована на розробку нових видів продукції одночасно з освоєнням нових ринків. Така стратегія найбільш прибуткова, але потребує великих капіталовкладень і найбільш ризикована [3].

Перевагою застосування матриці Ансоффа є: простота використання та достовірність. Недоліки застосування – це однобічна орієнтація на зростання і обмеження в розрізі двох характеристик (продукт – ринок).

В якості ще одного підходу до оцінки господарського портфеля застосовується матриця «конкурентоспроможність – стадія життєвого циклу товару». Дана матриця застосовується при аналізі стратегічних одиниць господарювання, господарського та продуктового портфелів організації. Вона призначена для вирішення наступних проблем: забезпечення рівноваги між господарськими підрозділами; аналіз портфельного балансу; проведення реструктуризації підприємства; розподіл фінансових ресурсів між господарськими підрозділами.

Перевагами матриці «конкурентоспроможність – стадія життєвого циклу товару» є: за наявності достовірної інформації про обсяги реалізації метод дозволяє забезпечити високу репрезентативність оцінки.

Недолік застосування даної матриці: виключає проведення аналізу причин того, що відбувається і ускладнює розробку управлінських рішень [4].

Отже, найкращу позицію серед наведених матриць займає матриця «Ансоффа». Тому що кожне підприємство прагне до розвитку та досягнення

встановлених цілей. Тому такі можливості забезпечить матриця «Ансоффа», яка ґрунтується на знаходженні нових рішень, що допоможуть відкрити нові перспективи і по товарах, і по ринках.

Список використаної літератури

1. Лисюк О.М. Особливості математичного моделювання в маркетингових дослідженнях // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю "Проблеми та перспективи розвитку національних економік в сучасних умовах". – Тернопіль: Крок, 2013. – С.378-380.
2. Вільчинська О.М. Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни „Стратегічна стійкість підприємства". / Вільчинська О.М., Паночишин Ю.М. – Вінниця: ВННІЕ ТНЕУ, 2016 – 80 с.
3. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. – К.: Знання, 2006. – 366 с.
4. Нємцов В.Д. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб./ В.Д. Нємцов, Л.Є. Довгань – К.:ДП „Експрес - Поліграф", 2004. – 560 с.

Ніколаєнко Тетяна Володимирівна
Студентки групи ЕМУ-17-1
Науковий керівник:
Лазебник Лариса Леонідівна
д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

СКЛАДОВІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВНЗ ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНКИ

На сучасному етапі розвитку економіки аналіз та оцінка конкурентоспроможності є невід'ємним елементом діяльності будь-якого господарюючого суб'єкта. На ринку освіти розгортається конкурентна боротьба між ВНЗ, що пропонують аналогічні освітні рівні.

Загострення конкурентної боротьби - викликане зростанням кількості ВНЗ, зниженням чисельності потенційних абітурієнтів, динамічними чинниками зовнішнього і внутрішнього середовища ВНЗ, зміною поведінки споживачів освітніх послуг, необхідністю систематичного оновлення знань.

Конкурентоспроможність ВНЗ – це його здатність бути виділеним серед інших ВНЗ в силу якнайкращих соціально-економічних показників, таких як якість навчання, ціна, форми, і методи навчання, умови, місце розташування.

Конкурентоспроможність ВНЗ охоплює:

- якість освіти;
- якість викладання;
- наукову роботу та масштаби проведення науково-дослідницької діяльності;
- науково-педагогічний потенціал;
- імідж в академічному середовищі;
- оцінку випускників роботодавцями;
- міжнародну діяльність випускників.

Для аналізу конкурентоспроможності ВНЗ використовують різноманітні методи статистики і економіки, розробляють спеціальні таблиці, в яких містяться дані про освітні установі і його основних конкурентів.

Проаналізувавши напрацювання західних та вітчизняних вчених щодо проблеми оцінки конкурентоспроможності ВНЗ, можна виділити ряд методів оцінки конкурентоспроможності ВНЗ, які охоплюють різні сторони діяльності закладу, або мають різні теоретичні основи:

- метод експертних оцінок, заснований на узагальненні думок фахівців-експертів;

- метод опитування респондентів, який дозволяє отримати інформацію різних груп користувачів освітніх послуг та випускників ВНЗ;

- методи порівняльного, статистичного та економіко-математичного аналізу, засновані на виділенні та оцінці найвагоміших факторів, які впливають на конкурентоспроможність ВНЗ;

- метод профілів, що дозволяє оцінити рівень конкурентоспроможності за допомогою інтегрального показника;

- метод рейтингових оцінки, який базується на визначенні і порівнянні показників ВНЗ з умовною еталонною установою, або з най-успішними конкурентами [1].

На наш погляд найбільш привабливим та ефективним способом оцінки конкурентоспроможності ВНЗ є так звані рейтингові оцінки, або способи ранжування. В даний час пропонується досить велика кількість рейтингів ВНЗ, які розміщені на різних сайтах в Інтернет-мережі, у друкованих виданнях різної цільової спрямованості.

Рейтинг – числовий або порядковий показник, що відображає важливість або значимість певного об’єкта чи явища. Рейтинги ВНЗ можуть відрізнятися один від одного за різних критеріїв, що застосовуються творцями рейтингів до оцінки ВНЗ і методики оцінювання. В Україні існує кілька рейтингів ВНЗ, розроблених різними організаціями. Найбільш відомий рейтинг «Компас», рейтинг журналу «Гроші» і рейтинг ВНЗ України «Топ-200», складений

Організацією Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) [2].

Дослідницька методологія обирається з огляду на те, щоб отримати якомога більше представників різних ВНЗ та важко досяжних респондентів.

Оцінка та рейтинг навчальних закладів України формується на основі спеціально розробленої методології, яка враховує наступну інформацію:

- дані, отримані в результаті комплексу соціологічних досліджень, які оцінюють міру відповідності освітніх послуг потребам ринку праці і загальну оцінку ВНЗ серед випускників (молодих фахівців) і роботодавців;
- експертну оцінку належності кожного із ВНЗ, які беруть участь у рейтингу, до однієї із трьох груп за якістю надання освіти [3].

Однією з причин появи великої кількості різних рейтингів є конкуренція між цілями і підходами до їх складання. Рейтинги можуть орієнтуватися на різні групи споживачів: випускників середніх шкіл, студентів, викладачів і адміністрацію ВНЗ та роботодавців, які шукають кваліфікованих кадрів для своєї компанії.

Рейтинги можуть оцінювати вищі навчальні заклади із різних точок зору: за академічною якістю освіти і за корисністю освіти для подальшого працевлаштування; оцінювати вищі навчальні заклади в цілому, чи окремо за сферами або напрямами підготовки; рейтинги можуть будуватися на об'єктивних статистичних показниках діяльності ВНЗ, або ж враховувати суб'єктивні відгуки і оцінки користувачів освітніх послуг; вони можуть складатися для вищих навчальних закладів в межах однієї місцевості, країни, частини світу чи світу в цілому.

Серед вітчизняних методик побудови рейтингів найбільш повним, прозорим і таким, що періодично публікується, є рейтинги «ТОП-200 Україна» ». В таблиці 1 представлені найкращі університети України, визначені за цією методикою, а також показане місце нашого університету - 118. Середнє значення по Україні, яке має можливості бути зміненим на краще.

Таблиця 1

Вибірка з рейтингу ВНЗ 2017 року «ТОП-200 Україна» [4]

№	Навчальний заклад	Оцінка якості науково - педагогічного потенціалу Інп	Оцінка якості навчання ІН	Оцінка міжнародного визнання ІМВ	Оцінка інтегрального показника діяльності ВНЗ, ІЗ
1	Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені ігоря Сікорського"	37,418142	24,281419	24,4829	86,182459
2	Київський національний університет імені Тараса Шевченка	37,769754	20,839431	23,28319	81,892371
3	Харківський національний університет	19,75190	14,67681	15,06279	49,491519

№	Навчальний заклад	Оцінка якості науково-педагогічного потенціалу Інп	Оцінка якості навчання ІН	Оцінка міжнародного визнання ІМВ	Оцінка інтегрального показника діяльності ВНЗ, ІЗ
	імені В.Н. Каразіна	8	6		
4	Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"	18,573207	10,14642	16,38257	45,102197
5	Національний університет "Львівська політехніка"	12,008843	15,626166	17,03906	44,674071
117	Київський національний університет культури і мистецтв	8,7164051	7,5238695	3,766076	20,00635
118	Університет державної фіскальної служби України	7,4939249	7,6634741	4,823824	19,981223
119	Подільський державний аграрно-технічний університет	7,9778637	6,557307	4,917628	19,452799

Підводячи підсумки, у ході дослідження виявлено основні складові, а також розглянуто існуючі методи оцінки конкурентоспроможності ВНЗ. Також визначили, що найбільш привабливим та ефективним методом є метод ранжування, або рейтингових оцінок. Виходячи з вище сказаного можна додати, що саме метод рейтингових оцінок може врахувати різноманітні сторони діяльності навчального закладу, а також охоплює найвагоміші критерії оцінки конкурентоспроможності. Аналіз інформації, її інтерпретація дозволяють дати обґрунтовані оцінки по кожному чиннику конкуренції та охарактеризувати загальне становище освітньої установи на ринку по підвищенню конкурентів.

Список використаної літератури

1. Методи експертних оцінок [Ел. р.]. – Режим доступу: http://www.emm.ostu.ru/lect/lect7.html#
2. Теорія економічного аналізу: навч. посібник / А. Г. Загородній, Г. І. Кіндрацька, З. О. Коваль, О. І. Тивончук. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 328 с.
3. Михайліченко М. В. Рейтингування як механізм оцінювання якості освітніх послуг [Електронний ресурс] / М. В. Михайліченко. – Режим доступу: http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/282/1/31.pdf
4. https://ru.osvita.ua/vnz/rating/55849/

Овдієнко Максим Анатолійович
студент 6 курсу, спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Київський університет ринкових відносин
наук. керівник: к.е.н.
Сова О.Ю.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

В традиційному розуміння, грошовий потік – це сукупність розподіленого у часі надходження і витрачання грошових коштів в процесі господарської діяльності підприємства. При гострому дефіциті коштів формування та управління грошовими потоками з урахуванням впливу різних факторів є найважливішим завданням для фінансового менеджменту підприємства [2, с. 168].

Отже, на обсяг та структуру грошових потоків впливає значна кількість факторів, які можна класифікувати за наступними ознаками [1; 3].

1. За джерелами походження:

Фактори зовнішнього характеру – це система умов зовнішнього середовища, які впливають на обсяг й структуру находження та витрачання грошових коштів.

Фактори внутрішнього характеру, що формуються в середні підприємства і впливають на обсяг та структуру грошових потоків підприємства.

2. За видами діяльності підприємства:

Фактори, що генеруються операційною діяльністю – це система параметрів зовнішнього та внутрішнього середовища, які визначають умови ведення операційної діяльності і, відповідно, впливають на стан і структуру грошових потоків цього виду.

Фактори, що генеруються інвестиційною діяльністю – це система параметрів зовнішнього та внутрішнього середовища, які визначають умови здійснення інвестиційної діяльності і, відповідно, впливають на стан і структуру грошових потоків цього виду.

Фактори, що генеруються фінансовою діяльністю – це система параметрів зовнішнього та внутрішнього середовища, які визначають умови здійснення фінансової діяльності і, відповідно, впливають на стан і структуру грошових потоків цього виду.

3. За напрямом руху грошових коштів.

Фактори, що визначають обсяг та структуру позитивного грошового потоку – сукупність умов формування надходження грошових коштів.

Фактори, що визначають обсяг та структуру від`ємного грошового потоку – сукупність умов формування витрачання грошових коштів.

Формування грошових потоків підприємства відбувається під впливом сумісної та одночасної дії різних за своїм походженням і характером факторів:

Фактори, що визначають стан та структуру позитивного грошового потоку - можливості формування позитивного грошового потоку є результатом сукупного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього характеру, які формуються в сфері операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства.

Фактори зовнішнього характеру визначають загальні умови функціонування підприємства. До числа цих факторів належать загальна макроекономічна ситуація, стан та спрямованість законодавства, що регулює підприємницьку діяльність, стан платіжної дисципліни в державі, кон`юнктура ринка збуту, кон`юнктура фінансового ринку тощо. Ці фактори не залежать від діяльності окремого підприємства, але обумовлюють його потенційні можливості по формуванню грошових коштів. Чим сприятливіша макроекономічна ситуація, ліберальніше до підприємця право, чим вищий попит на споживчому ринку, тим краща пропозиція на фінансовому ринку, тим кращі можливості підприємства по формуванню грошових коштів.

Фактори внутрішнього характеру залежать від характеру та специфіки діяльності самого підприємства.

На рівні підприємства можливості формування позитивного грошового потоку визначається наступними факторами [1; 3]:

В сфері операційної діяльності:

- організація маркетингової діяльності: вивчення споживачів, прогнозування їх потреб, визначення форм, методів збуту продукції, проведення рекламної діяльності.

- організація закупівельної діяльності: виробу постачальників оцінки та селективного відбору комерційних пропозицій по закупівлі сировини, організація товаропостачання;

- організація виробничого процесу, залучання необхідних матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, визначення способів їх найбільш ефективного використання;

- обсяг виручки від реалізації продукції підприємства, рівень цін на продукцію;

- кредитна політика підприємства, стан дебіторської заборгованості.

Логіка впливу перелічених факторів на обсяги формування грошових коштів може бути визначена наступним чином: джерелом утворення грошей є факт реалізації товарів, здійснення акту купівлі–продажу. На досягнення цього результату і повинна бути спрямована діяльність по управлінню факторами для максимізації находження грошових коштів.

В сфері інвестиційної діяльності:

- вибір інвестиційної програми підприємства, тобто переліку реальних інвестиційних проектів , що визначаються доцільними до реалізації;

- склад інвестиційного портфеля: рівень доходності та ліквідності окремих фінансових інструментів;

- можливість виходу з проектів у разі їх недостатньої ефективності та формами, що використовуються для цього;

- можливість продажу частини основних засобів і нематеріальних активів, їх стан та можлива ціна реалізації.

В сфері фінансової діяльності:

- інвестиційна привабливість підприємства для зовнішніх інвесторів, що визначає можливість ефективного розміщення додаткової емісії акції;

- кредитоспроможність підприємства по обслугованою зовнішніх боргів, що визначає можливість підприємства залучити банківські кредити;

- наявна структура капіталу, обсяг кредитів та позик, терміни їх повернення;

- імідж та ділова репутація підприємства.

Фактори, що визначають обсяг та структуру від`ємного грошового потоку підприємства - потреба у використанні грошових коштів підприємства також залежить від факторів зовнішнього та внутрішнього характеру, проте їх перелік та напрям впливу має істотні особливості.

До найважливіших факторів зовнішнього характеру належить:

- кон`юнктура ринків товарних, трудових та матеріальних ресурсів, яка визначає ціни їх закупівлі податкове та митне законодавство, яке обумовлює розміри витрачання грошових коштів на сплату податків, митних зборів, інших обов'язкових платежів;

- інвестиційний клімат країни, який обумовлює доцільність та обсяги інвестиційних вкладень підприємства;

- кон'юнктура фінансового ринку, під впливом якої формуються процентні ставки за банківські кредити, необхідний рівень сплати дивідендів по акціям підприємства тощо.

Список використаної літератури

1. Майборода О.В. Управління фінансовими потоками підприємства: автореф. дис. . канд. екон. наук: 08.04.01 / О.В. Майборода. – Суми, 2014. – 22 с.

2. Чижишин О.І. Фактори впливу на формування та ефективність грошових потоків підприємства / Чижишин О.І. // Інфраструктура ринку. – 2017. – № 6. – С. 167-171.

3. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. – К., 2012. – 196 с.

Олійник Людмила Миколаївна,
магістрант кафедри менеджменту та економічної безпеки
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Зачосова Наталія Володимирівна,
к.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту та економічної безпеки

ІНОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Нині стан фінансового ринку в Україні за рахунок викликів сучасності зумовив ряд проблем в фінансовій діяльності підприємств. В їх числі – фінансова нестабільність, нові економічні обставини, банкрутство, війна на сході України. Мінімізація наслідків цих та інших проблем сприятиме забезпеченню фінансової безпеки суб'єктів підприємництва, але буде можливою лише за умови активного розвитку їх інноваційної діяльності. Тому потрібно впроваджувати перехід економіки України на інноваційний шлях еволюції, який би забезпечував динаміку економічного зростання та рівень конкурентоспроможності підприємств.

Досліджуючи досвід розвинених країн, слід зазначити, що розвиток підприємств нині повинен здійснюватися за умови постійного впровадження перспективних технологій та інноваційних проектів. Ефективна інноваційна діяльність є запорукою їх конкурентоспроможності і прибутковості. Важливою умовою результативної інноваційної діяльності є належний рівень її фінансового забезпечення.

Фінансування інноваційної діяльності може призвести до зростання ВВП. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності передбачає реалізацію заходів із залучення необхідного обсягу фінансових ресурсів для фінансування нововведень підприємства. При цьому основними формами фінансового забезпечення є самофінансування, кредитування, зовнішнє фінансування [1].

Підприємства, що обрали інноваційний шлях розвитку, з часом зможуть створити і постійно розвивати унікальні конкурентні переваги, що важко відтворюються конкурентами в силу того, що інновації – це комплексний і довготривалий процес перетворення інноваційної ідеї у товар, який реалізується під впливом численних зовнішніх і внутрішніх чинників, які в той чи інший момент часу можуть стимулювати або гальмувати інноваційний розвиток підприємств.

Рівень виробничого, організаційно-технічного розвитку підприємства і його ринкових позицій, реалізація інноваційної стратегії залежать від вирішення комплексу інноваційних проблем. Їх виявлення та систематизація, комплексний аналіз стану матеріально-технічної, фінансової, науково-

дослідної, ресурсної, кадрової, інформаційної баз, визначення рівня розвитку інноваційного потенціалу і вибір пріоритетів перспективного розвитку підприємства складають основу розробки інноваційної стратегії [2].

Нині обсяг як залучених, так і внутрішніх ресурсів, для підприємств є незначним. Це зумовлено тим, що їх значна кількість працює збитково. Крім того, діяльність більшості підприємств характеризується нестачею власних фінансових ресурсів навіть для забезпечення поточної діяльності. Саме тому виникає потреба у зовнішньому фінансуванні (державний і місцевий бюджети, кошти інвесторів) і кредитуванні.

Як стверджує І. Єпіфанова, частка банківського сектора в фінансуванні інновацій є занадто низькою, і цей процес необхідно активізувати. Досвід розвинених країн свідчить, що фінансування інноваційного бізнесу можуть здійснювати спеціалізовані банки або ж універсальні банки, які створили спеціалізовані відділи чи департаменти інноваційного фінансування [3].

Частка іноземних інвесторів у фінансуванні інноваційної діяльності зменшується у зв'язку з погіршенням інвестиційного клімату України, недосконалістю законодавства, політичною нестабільністю, війною на сході країни, окупацією Криму, тощо. В результаті дії таких факторів фінансування та комерціалізація більшості наукових розробок здійснюється закордоном.

Таким чином, з метою удосконалення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств та організацій необхідно впровадити комплекс заходів по нарощуванню ними власних фінансових джерел і здійснювати подальші дослідження щодо оптимального співвідношення різних форм фінансового забезпечення. Вибір інноваційної стратегії на рівні регіону або господарюючого суб'єкта впорядковує їх діяльність у контексті інноваційного розвитку і дозволяє більш успішно вирішувати багато питань, які пов'язані з їх фінансовою безпекою і підвищенням ефективності виробництва і конкурентоспроможності.

Список використаної літератури

1. Єпіфанова І. Ю. Аналіз фінансового забезпечення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств у сучасних умовах / І. Ю. Єпіфанова // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12433/1/13_65-70_Vis_722_menegment.pdf/.

2. Білик В. В. Форми і методи стратегічної дії на управління інноваційними системами підприємства / В. В. Білик // Вісник Черкаського університету : Економічні науки. – 2016. – № 1. – С. 9-14.

3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/.

Омельченко Марія Миколаївна,
студентка групи ОМП-17-1
ННІ Економіки, оподаткування
та митної справи
Науковий керівник:
Юр'єва Поліна Борисівна
к.е.н., доцент кафедри міжнародної
економіки *УДФСУ*

СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

У умовах сучасності процес успішної діяльності та економічного розвитку українських підприємств багато в чому залежить від вдосконалення їх діяльності у сфері забезпечення економічної безпеки. Проблема забезпечення економічної безпеки підприємства виходить на передній план, оскільки від її розв'язання залежить економічне зростання підприємства.

Аналіз досліджень. Систему економічної безпеки розглянуто в наукових працях таких вітчизняних дослідників, як В. Андрійчук, О. Барановський, А. Гальчинський, Т. Клєбанова, О. Мали- новська, А. Мокій, В. Мунтіян, Г. Пастернак-Таранушенко, В. Шлемко й ін. Теоретичні та методичні аспекти росту економічної безпеки підприємства розглянуті у працях В.О. Баранніка, С.В. Васильчак, Н.Ю. Гічової, С.Б. Довбні, І.О. Доценко, О.М. Ляшенко, В.І. Мейти, І.Л. Плетнікової, Р.В. Покотиленка, В.П. Пономарьова, О.Л. Резнікова, Т. Сухорукової, А.М. Ткаченко, І.А. Федоренко, Н.П. Фокіної, Ю.В. Шутяк, Т.Б.Кузенко, З.С.Варналія, А.В.Кірієнко, О.А.Груніна, В.Л.Ортинського, Г.В.Козаченко, А.М. Штангрета, та ін. Проте, існує об'єктивна потреба глибшого вивчення сутності системи економічної безпеки підприємств України, а також дослідження умов зменшення загроз діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції.

Мета дослідження – визначення особливостей системи економічної безпеки підприємств України та пошук способів зниження загроз їхній діяльності в умовах євроінтеграції.

Виклад основного матеріалу. Економічна безпека підприємництва є визначальною умовою стабільного розвитку вітчизняної економіки. В загальному, її можна трактувати, як:

- стан підприємства, при якому вірогідність небажаної зміни яких- небудь якостей, параметрів майна, що належить йому, і зовнішнього середовища, що зачіпає його певної межі [1];

- стан захищеності життєво важливих інтересів підприємства від реальних і потенційних джерел небезпеки, або економічних погроз [5];

- як «кількісну і якісну характеристику властивостей фірми, що відображає здатність «самовиживання» і розвитку в умовах виникнення зовнішньої і внутрішньої економічної загрози»[3].

В умовах невизначеності і значних економічних суперечностей, важливим для діяльності вітчизняних суб'єктів підприємництва є вміння визначити основні сфери ризиків і загроз економічної безпеки та у зв'язку з цим приймати оптимальні рішення для нормального функціонування.

Важливими умовами забезпечення економічної безпеки суб'єктів підприємництва є: ефективність управлінських рішень; забезпечення захисту інформації і дотримання комерційної таємниці; відповідний рівень фінансової стійкості; використання прогресивних технологій; впровадження сучасних методів організації виробництва; високий рівень кваліфікації працівників та корпоративна культура; юридична підтримка інтересів підприємства; безпека персоналу, капіталу та майна та ін. [4]. Отже, головною умовою функціонування та розвитку суб'єктів господарювання в сучасних умовах є їх економічна безпека, коли забезпечується збалансованість та стійкість до негативних впливів різного роду загроз і здатність забезпечувати ефективний розвиток.

Забезпечення економічної безпеки підприємства повинно починатися ще на стадії планування його фінансово-господарської діяльності, орієнтуючись не лише на ефективність, але й на динамічну конкурентоспроможність. До критеріїв раціональності планових показників діяльності підприємства необхідно додати забезпечення доступу до ресурсів та ринків, захищеність підприємства від внутрішніх та зовнішніх загроз, зокрема, на мікрорівні, за фінансовим, інтелектуально-кадровим, техніко-технологічним, інформаційним, інституційно-правовим, маркетинговим, логістичним показниками, що безпосередньо залежить від підприємства, а мезорівень і макрорівень має а свою чергу забезпечити держава, щоб створити належні передумови для сталого розвитку і забезпечення економічної безпеки підприємства в цілому[2].

Проте існують і дестабілізаційні чинники економічної безпеки, які негативно впливають на функціонування та результативність підприємств.

Ключовими ризиками економічній безпеці слід визначити:

– критичне гальмування економічного розвитку України та погіршення основних макроекономічних показників (макроекономічне розбалансування за головними показниками);

– згортання промислового виробництва;

– зниження економічної активності, насамперед інвестиційної;

– погіршення добробуту населення (домогосподарств) та зростання рівня безробіття;

– посилення боргового тиску, насамперед, у державному секторі;

– підвищення тінізації економічної діяльності [4].

Однією з основних загроз економічній безпеці є тіньова економіка, так як вона суттєво гальмує соціально-економічні перетворення та негативно впливає на імідж держави.

Одним із шляхів вирішення проблем, що постають перед економічною безпекою вітчизняних підприємств є застосування антикризових технологій.

Антикризові технології в управлінні економічною безпекою підприємства передбачають застосування принципів, моделей, програм, алгоритмів, механізмів, змін в організаційній структурі та взаємозв'язків між структурними підрозділами тощо, які уможливлюють уникнення, протидії та гальмування розвитку кризових процесів, а відтак дозволяють забезпечувати необхідних для існування та розвитку рівень безпеки. Впровадження антикризових технологій в управління економічною безпекою машинобудівного підприємства дає можливість запобігати та зменшувати негативний вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства при раціональному використанні його наявних ресурсів та сформованого потенціалу, мінімізації часових, матеріальних і фінансових витрат із застосуванням обґрунтованих заходів і методів роботи.

Отже, сучасні економічні процеси в Україні вимагають від керівників підприємств розробки не лише ринкової стратегії, а й стратегії безпеки, яка включає спеціальні програми захисту інтелектуальної власності та економічної безпеки. Ослаблення практично будь-якої складової частини інфраструктури підприємства безпосередньо відображається на його безпеці, тому процес управління підприємством перебуває в тісному взаємозв'язку з питаннями його безпеки.

Список використаних джерел

1. Власюк Т.О. Стан і тенденції зовнішньоторговельної діяльності України: виклики для економічної безпеки та способи їх подолання / Т.О. Власюк // Стратегічні пріоритети. – 2015. – № 4(37). – С. 48–58.
2. Горбашевська М.О. Економічна безпека підприємницької діяльності в Україні / М. О. Горбашевська //Теоритичні і практичні наукові інновації. – 2012. - №11. – С.125-129
3. Загрози у сфері енергетичної безпеки та їх вплив на стан національної безпеки (моніторинг реалізації стратегії національної безпеки) [Електронний ресурс] / Національний інститут стратегічних досліджень. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/articles/1808
4. Ризики і загрози економічній безпеці України у 2015-2016 рр. та механізми їх мінімізації
5. Сирота В. С. Корпоративна соціальна відповідальність в системі економічної безпеки підприємств: дис. канд. ек. наук: 21.04.02. / В. С. Сирота. К., 2016. – 217с.

Пахнюк Альона
Студентка
Старший викладач кафедри економіки підприємства
Митяй С.А
Університету державної фіскальної служби України

АКТУАЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЇ «БЛАКИТНИХ ОКЕАНІВ» У РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Відповідно до останніх досліджень ринку України, можна сказати, що основні ланки та категорії товарів і послуг на загально-споживчих ринках світу з розвитком економіки стають дедалі схожими між собою. Так як, збільшується темп зростання їхньої подібності. Споживачі даних товарів роблять вибір схиляючись до ціни або наявності їх у продажі. З даного твердження випливає, що бізнес-середовище яке започаткувало прилив у XXI столітті ряд менеджерських та стратегічних підходів поступово знижується та сприяє тенденції до їхнього зникнення.

Одноманітний ефект дії певних постулатів в ринковій економіці України формує у споживачів так званий «стереотип мислення та поведінки», що на перший погляд може здатися песимістичним, проте конкурентна боротьба, що безперервно посилюється позитивно впливає на розмір кожного елемента ринку в цілому. Згідно всім опробовуваного підходу дії, кожне підприємство збільшує витрати на маркетинг, рекламу та дистрибуцію, що в кінцевому результаті не відрізнить товари один від одного.

Чан Кім намагається замінити вчення про конкуренцію своїм, із назвою «Value Innovation Theory». Тобто теорією про вартісне новаторство, що ставить за основу створити нову, незайняту ділянку ринку, вільну від конкурентів, що буде націлена на зовсім нову групу споживачів, що наразі є актуальним саме для ринкової економіки України та виходу її на європейський простір. Створення такого ринку має на увазі випуск унікального продукту, що не забирає клієнтів конкурента, а залучатиме все нових і нових споживачів у такий складний для нашої країни період. Відповідно до даної праці, весь ринок можна умовно поділити на структурні елементи «червоних» та «блакитних» океанів. У червоних океанах межі галузі визначені і погоджені, а правила гри в конкуренції всім відомі. Блакитні океани, навпаки, позначають недоторкані ділянки ринку, вимагають творчого підходу, відкривають можливості для зростання і одержання прибутку.

Термін «блакитні океани» досить новий для українського ринку, що ефективно позначається на розвиток економіки та високу актуальність даного процесу в цілому. Творці блакитних океанів не рівняються на своїх

конкурентів, а ставлять мету по-новому оволодіти ринковим простором, що ще раз визначає пріорітетність даного напрямку саме для України.

На нашу думку, нашій країні потрібно зіставити свої дії оволодіння ринком принципу стратегічної логіки, що запропонували автори «Блакитних океанів», вони називають її інновацією цінності тому, що, замість того, щоб зосереджувати всі свої зусилля на боротьбі з конкурентами, ми робимо конкуренцію непотрібною, створюючи такий стрибок у цінності для покупців і для компанії, що тим самим відкриває новий, не охоплений конкуренцією простір ринку. Інновація цінності припускає, що однаковий упор робиться як на цінність, так і на інновацію. Інновація цінності – це новий спосіб мислення і втілення стратегії,який ми повинні застосувати у переформуванні українського ринку задля досягнення поставлених нами цілей, що як наслідок призведе до створення блакитного океану.

Що стосовно підприємств України, то можна сказати, що значна частина продуктових ринків України зростає, причому як у натуральному, так і в грошовому вираженні. Багато ринків зростають на 20- 30% у рік. А деякі галузі навпаки, щороку втрачають обсяги випуску продукції, які складають на теперішній час 1/2 – 1/3 від обсягів випуску минулих років. Говорити в таких ситуаціях про сформованість, насиченість ринку, про розподіл часток ринку серед учасників є доволі актуальним у таких умовах. Цей факт є очевидним аргументом для створення нового продукту як інструмента у війні за споживача.[3].

Українські підприємства створені для відкриття новинок. Кількість бажаючих спробувати випускати нове, і у випадку якщо їх улаштує продукт, готові продавати його постійно, коливається від 25% до 60%. Відкритість українських підприємств є наслідком того, що асортименти на багатьох ринках украй ідентичний. Ми ще далекі від неосяжного різноманіття товарів і послуг ринків Західної Європи, Америки, Кореї і Японії.

Ефективна та наразі актуальна стратегія застосування для українських підприємств «блакитного океану» має володіти шістьма важливими якостями:

1) зміна меж існуючого ринку (в першу чергу – через створення нового ринкового простору на межі двох і більше галузей);

2) дослідження існуючих стратегічних груп споживачів та створення нових (особливо, якщо в процесі дослідження вдасться виявити потенційних споживачів, які не задоволені існуючою сегментацією ринку);

3) дослідження ланцюжка клієнтів, які безпосередньо чи опосередковано приймають рішення про придбання товарів чи послуг та орієнтація на ту групу потенційних споживачів, з якими не працюють конкуренти;

4) аналіз процесів, які відбуваються до, під час і після використання існуючих товарів та послуг та пропонування додаткових;

5) аналіз функціональної та емоційної привабливості товарів чи послуг для споживачів та знаходження можливостей зміщення наголосу в напрямі до емоційно-орієнтованих товарів та послуг;

6) аналіз та прогнозування можливого розвитку ринку з віднайденням ніш, які виникнуть в майбутньому.[2]

Для оцінки необхідності виходу України на ринки „блакитних океанів" потрібно проаналізувати ряд питань: якщо ринок, на якому ми діємо, зростає з темпами більше 10% у рік, а кількість торгових марок на українському ринку більше або рівняється кількості торгових марок на аналогічних ринках Західної Європи та Америки більш ніж у два рази та коефіцієнт споживання на душу населення в Україні аналогічних продуктів рівняється ринкам Заходу, кількість споживачів, готових пробувати новинки на нашому ринку перевищує 10%, то спокійно можна стверджувати, що для України потреба застосування стратегії «блакитних океанів» є досить актуальною та нагальною.

Таким чином, основним спрямуванням стратегії "блакитного океану" є вихід за межі існуючого ринку, створення нової унікальної ніші, де відсутня конкуренція. Підприємство може застосувати цю стратегію в будь-який момент своєї діяльності, але в умовах кризи, коли традиційні стратегії вже зазнали невдачі, використання стратегії "блакитного океану" може бути дієвим засобом вирішення проблем. Вагома перевага аналізованої стратегії в тому, що вона передбачає таку перебудову діяльності підприємства, яка має за мету досягти одночасної диференціації та зниження витрат, а в умовах зародження та розвитку кризових явищ це може бути вирішальним фактором оздоровлення підприємства та досягнення успіху в майбутньому [1].

Підсумовуючи викладене вище, слід зазначити, що стратегію "блакитного океану" варто рекомендувати до використання на будь-яких підприємствах, а в першу чергу на тих, які перебувають в передкризовому та кризовому станах та потребують застосування санаційних заходів. Тому модель застосування є досить актуальною для України та її підприємств зокрема, задля підвищення ефективності економічного рівня України та виходу на загальноринкові європейські простори.

Список використаної літератури

1. Чан Ким У. Стратегия голубого океана / У. Чан Ким, Рене Моборн. – Пер. с англ. – М.: HIPPO, 2005. – 272 с.
2. Сорока І.Б. Стратегія "блакитного океану" як інструмент досягнення лідерства компанії / І. Б. Сорока [Електронний ресурс] // Матеріали Шостої всеукраїнської науково-практичної конференції "Соціум. Наука. Культура" (26-28.01.2010). – Режим доступу: http://intkonf.org/soroka-ib-strategiya-blakitnogo-okeanu-yak-instrument-dosyagnennya-liderstva-kompaniyi/
3. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник. Вид. 2-ге, виправл. і доп. / В. О. Василенко. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 504 с

Панченко Руслана Сергіївна
студентка
Науковий керівник:
Мельничук Ганна Сергіївна
к.е.н., доцент, доцен кафедри економіки підприємства,
заступник директора ННІ економіки, оподаткування та митної справи
Університет державної фіскальної служби України

ОКРЕМІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних швидко змінюваних умовах господарювання перед підприємствами гостро постає проблема забезпечення їх фінансово-економічної безпеки, зокрема через такі фактори як: нестабільність економіки та податкового законодавства, інфляційні процеси, економічна криза та політичне становище в країні. В умовах невизначеності та нестабільності керівництво підприємства зобов'язане визначити головні стратегії його розвитку та способи убезпечення себе від негативних наслідків впливу факторів зовнішнього середовища, підібрати ефективні інструменти управління фінансово-економічною безпекою підприємства.

Актуальність вирішення проблеми забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства підтверджується висновками досліджень вітчизняних науковців. Зокрема такі науковці, як Єпіфанов І.А., Пластун О.Л., Домбровський В.С., Підхомний О.М., Геєць В.М. в своїх працях виділяють управління фінансово-економічною безпекою підприємства як одну з головних проблем забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Орлик В.В. в своїх працях зазначає про те, що фінансово-економічна безпека впливає абсолютно на всі сфери діяльності підприємства, пояснюється це тим, що рівень фінансової безпеки будь-якого підприємства визначає його можливості забезпечувати інші складові економічної безпеки, а зміни в будь-якій сфері підприємства в кінцевому результаті відображаються на його фінансовій безпеці [2, с. 899].

Фінансово-економічна безпека підприємства характеризує забезпеченість достатнім обсягом фінансових ресурсів задля ефективного ведення господарської діяльності підприємства та виконання фінансових зобов'язань що, в свою чергу, надає захищеність від впливу зовнішніх і внутрішніх загроз.

Головна мета управління фінансово-економічною безпекою підприємства спрямована на вирішення наступних трьох найбільш вагомих задач:

Установлення системи головних фінансових інтересів, що вимагають захисту в процесі фінансового розвитку підприємства.

Визначення та прогнозування внутрішніх і зовнішніх загроз реалізації фінансових інтересів підприємства.

Забезпечення ефективної нейтралізації загроз фінансовим інтересам підприємства [1, с. 573].

Особливу увагу в управлінні фінансово-економічною безпекою підприємства варто приділити аналізу загроз функціонування підприємства. В цілому загрози поділяють на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх загроз належать: некваліфіковане управління, помилки в стратегічному плануванні і ухваленні тактичних рішень, недостатня ліквідність активів підприємства, низький рівень кваліфікації основного персоналу, неконкурентна цінова політика, слабке технічне озброєння підприємства. До зовнішніх загроз відносять такі: урядові кризи, нестабільність нормативно-правової бази, нестабільність податкової, кредитної і страхової політики, рівень інфляції і прогноз інфляції, нестабільність валютної політики держави і/або валютного курсу, брак коштів для інвестування в регіоні, низький рівень інвестиційної активності, несприятливі умови кредитування підприємств, зміна процентних ставок за кредитами та ін.

Серед новітніх загроз для фінансово-економічної безпеки підприємства експерти називають такі явища, як гринмейл, рейдерство, кардерство (кардеринг), конкурентну розвідку.

В нестабільних кризових умовах господарювання для ефективної роботи системи фінансово-економічної безпеки підприємства вкрай необхідна своєчасна і достовірна інформація про загрози, які існують в даний час у зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємства. Щоб мати таку інформацію, підприємству доцільно створити підрозділ інформаційно-аналітичного забезпечення, який буде здійснювати постійний моніторинг та аналіз процесів, які відбуваються як всередині підприємства, так і за його межами [1, с. 573].

Процес забезпечення фінансово-економічної безпеки включає:

- оцінку загроз економічній безпеці, що мають політико-правовий характер;
- оцінку поточного рівня забезпечення фінансової безпеки;
- оцінку ефективності запобігання можливій шкоді від негативних дій;
- планування комплексу заходів із забезпечення фінансової безпеки і розробку рекомендацій стосовно його реалізації;
- бюджетне планування практичної реалізації пропонованого комплексу заходів;
- планування корпоративних ресурсів;
- оперативну реалізацію запланованих дій у процесі здійснення суб'єктом господарювання фінансово-господарської діяльності. [3,с.328].

Одним з важливих етапів забезпечення фінансово-економічної безпеки на підприємстві є планування, що являє собою процес розробки системи планів та планових (нормативних) показників із забезпечення захисту фінансових інтересів підприємства від різноманітних внутрішніх та зовнішніх загроз.

Отже, фінансово-економічна безпека виступає одним з головних чинників забезпечення фінансової стійкості підприємства та формування його економічної безпеки загалом. Підприємство повинно постійно стежити за змінами ситуації на ринку та своєчасно реагувати на них задля убезпечення себе від впливу зовнішнього середовища. Процес управління фінансово-економічною безпекою вимагає створення ефективного механізму управління, компонентами якого повинні виступати фінансові інтереси підприємства, принципи і методи управління, управлінський персонал, фінансові інструменти та технологія управління. У підсумку, забезпечення на належному рівні фінансово-економічної безпеки дозволить підприємству в майбутньому бути конкурентоспроможним та займати свою нішу на ринку.

Список використаної літератури

1. Губарик О.М. Управління фінасново-економічною безпекою підприємства в умовах кризи / О. М. Губарик, І. К. Перехрест. // Молодий вчений. – 2016. – №1. – С. 572–575.
2. Стогній Т. С. Фінансово-економічна безпека підприємства / Т. С. Стогній, Л. М. Васільєва // Молодий вчений. – 2016. – №12. – С. 899–902.
3. Череп О. Г. Управління фінасново-економічною безпекою в Україні / О. Г. Череп, З. П. Урусова, А. А. Урусов. // Вісник ЖДТУ. – 2012. – №3. – С. 328–330.

Пашкевич Марина Вячеславівна
студентка
Головко Олена Григорівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Харківський навчально-науковий інститут

СУЧАСНИЙ СТАН ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Підприємство як одна з конкретних форм прояву суспільних відносин сприяє підвищенню матеріального і духовного потенціалу суспільства, створює сприятливий ґрунт для практичної реалізації здібностей і талантів кожної

людини, веде до єднання нації, збереження її національного духу і національної гідності.

Підприємство - самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським Кодексом та іншими законами. [1]

В сучасних ринкових умовах України особливо гостро постає питання щодо розвитку підприємницького середовища. Адже воно є складовою ринкової економіки. Його становлення і розвиток свідчать про те, що проблема у цій сфері досить велика. Економічні і правові засади знаходяться в стані формування та мають багато недоліків. Наукова розробка пов'язаних з підприємництвом питань, а також узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду значно відстають від закордонної практики.

Згідно статистичних даних станом на 6 серпня 2017 року загальна кількість підприємців впала на 128 402. Масове закриття ФОП (фізична особа підприємець) здійснюється в кожній області України. Найбільше в: Київської (17176), Харківській (12390) та Дніпропетровській (11196) областях (рис.1) [4].

Найбільше закриваються підприємці роздрібної (43275) та оптової (8931) торгівлі, складських (10798) та транспортних послуг (7040) (рис.2). [4]

Такі дії пов'язані з законом щодо змін роботи фізичних осіб-підприємців. Президент підписав зміни в законодавстві щодо роботи ФОП. З 1 січня ФОП другої і третьої групи змушені платити єдиний соціальний внесок - 704 гривні на місяць навіть якщо не мають доходу.

З метою покращення реального стану підприємництва в Україні уряд 24 травня 2017 року схвалив стратегію розвитку малого й середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року. Метою стратегії є створення сприятливих умов для відкриття, ведення й росту бізнесу, а також розкриття потенціалу малого й середнього підприємництва [5].

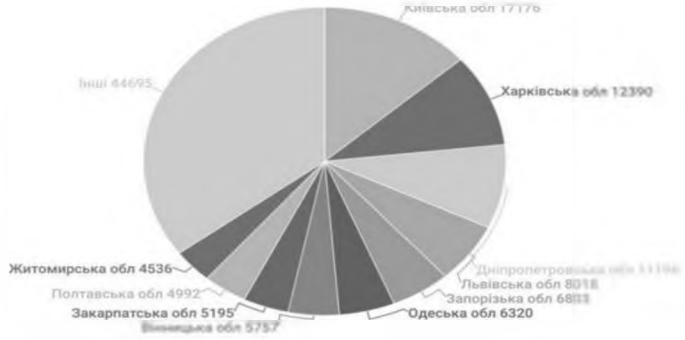


Рис.1 Припинення діяльності ФОП в Україні за областями у 2017 році

Для досягнення мети стратегії визначено 6 стратегічних напрямків: створення умов для сприятливого нормативно-правового, інституціонального й операційного середовища для підприємництва; створення сприятливих умов для оперативного доступу малого й середнього бізнесу до джерел фінансування на привабливих умовах; спрощення податкового адміністрування підприємців; популяризація підприємницької культури й розвиток конкурентоспроможного людського капіталу й підприємницьких навичок; сприяння експорту /інтернаціоналізації підприємництва; посилення конкурентоспроможності й інноваційного потенціалу бізнесу.

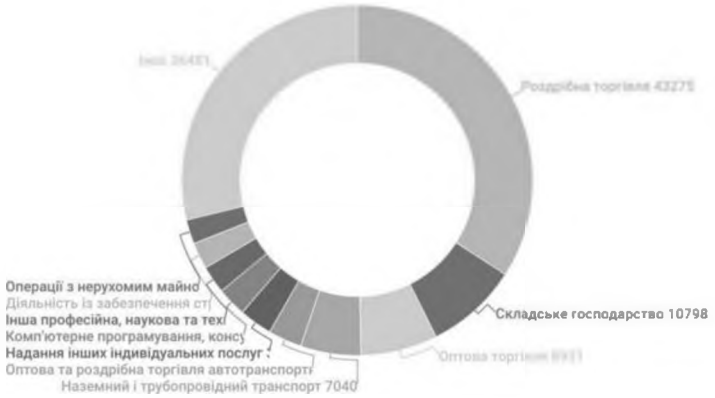


Рис.2 Припинення ФОП в Україні за видами економічної діяльності у 2017 році.

Результатом проведення стратегічних дій планують входження України в ТОП-30 у рейтингу Світового банку за умовами ведення бізнесу за показником оподаткування та сприятливості умов для здійснення підприємницької діяльності до 2020 року [5].

Так, формування й удосконалення функціонування підприємництва – це шлях до стабілізації економіки країни, подальшого економічного і соціального розвитку кожного регіону.

Список використаної літератури

1. Господарський кодекс Редакція від 26.04.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15.
2. Закон України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» Редакція від 10.06.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2157-14.
3. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» Редакція від 19.04.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/4618-17.
4. Сервіс моніторінгу реєстраційних даних українських компаній та судового реєстру для захисту від рейдерських захоплень і контролю контрагентів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://opendatabot.com/.
5. Програма розвитку малого і середнього підприємництва на 2017-2020 роки.

Пельц Сніжанна Миколаївна
Студентка
Університет державної фіскальної служби України
Науковий керівник:
Марченко Ольга Іванівна
к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства

КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

В умовах нестабільної ринкової економіки виникла проблема підвищення ефективності діяльності підприємств, вирішення якої залежить від раціонального використання та розвитку кадрового потенціалу. Для успішного формування та реалізації будь-яких елементів потенціалу потрібні, в першу чергу, правильно підібрані кадри та якісне їх навчання.

Дослідженню проблем кадрового потенціалу підприємства присвячені праці багатьох науковців, таких як: Краснокутська Н.С., Балабанова Л.В., Галицька А.Б., Григор'єва О.В., Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олесюк О.І. та інші.

В науковій літературі кадровий потенціал ототожнюють із людським капіталом та трудовим потенціалом, що вимагає уточнення суті цих категорій. Під людським капіталом вчені розуміють певний запас здоров'я, знань, здібностей і навичок людини; здібності та можливості людини, що використовуються у трудовій діяльності [1, с. 7]. На відміну від людського капіталу трудовий потенціал являє собою сукупність працездатного населення з певними інтелектуальними здібностями, знаннями, вміннями та досвідом, духовними цінностями та традиціями. З огляду на вищезазначене, людський капітал відображає фізичні та інтелектуальні здібності людини, що використовуються в процесі виробництва, у той час як трудовий потенціал охоплює здібності та можливості працездатного населення, які використовуються та можуть бути використані в трудовому процесі. Складовою трудового потенціалу виступає кадровий потенціал, що охоплює якісну та лише частково кількісну характеристики трудового потенціалу [2].

Існують різні погляди до визначення терміну «кадровий потенціал підприємства» (Табл.1).

Таблиця 1.

Підходи до визначення поняття «кадровий потенціал підприємства»

Науковці	Трактування поняття
Краснокутська Н.С.	Кадровий потенціал підприємства – це сукупність здібностей і можливостей кадрів забезпечувати досягнення цілей довгострокового розвитку підприємства[3].
Балабанова Л.В.	Кадровий потенціал –це гранична величина можливої участі працівників підприємства у його діяльності з урахуванням їх компетентності, психофізіологічних особливостей, інтересів, мотивацій [4].
Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І.	Кадровий потенціал – це існуючі сьогодні та передбачувані трудові можливості, які визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними та іншими характеристиками персоналу підприємства [5].
Берглезова Т.В.	Кадровий потенціал – вміння та навички робітників, які можуть бути використані для підвищення його ефективності в різних сферах виробництва з метою отримання прибутку чи досягнення соціального ефекту[6].
Галицька А.Б.	Кадровий потенціал - величина можливої участі висококваліфікованих працівників у виробництві, їх здатність до інноваційної діяльності, їх освітній, кваліфікаційний рівень, психофізіологічні характеристики, що можуть бути використані для досягнення стратегічних цілей підприємства і забезпечення конкурентоспроможності на ринку [7].

Отже, можна зробити висновок, що кадровий потенціал підприємства – складне, багатогранне поняття, під яким слід розуміти сукупність здатностей працівників, які виникають у результаті синергічного ефекту на рівні соціально-економічної системи під час їх взаємодії, що дозволяє перетворити можливості та сильні сторони підприємства в певний момент часу, у готовий та конкурентоспроможний продукт чи послугу, забезпечити зростання вартості підприємства та його сталий розвиток.

Як було зазначено, кадровий потенціал являє собою сукупність здібностей і можливостей кадрів забезпечувати досягнення цілей довгострокового (перспективного) розвитку підприємства. Для розкриття цих здібностей і можливостей у кадровому складі виділяють групи, що відіграють різну роль у процесі досягнення цілей розвитку підприємства [8, с. 220]:

- працівники, які визначають цілі розвитку підприємства;
- працівники, які розробляють засоби досягнення цілей (продукцію, науково-дослідницькі розробки, технології);
- працівники, які організують процес створення засобів досягнення цілей;
- працівники, які безпосередньо створюють засоби досягнення цілей;
- працівники, які обслуговують процес створення засобів досягнення цілей.

Саме працівники виконують і координують дії, які забезпечують переваги на ринках товарів і послуг, і тим самим високий рівень реалізації можливостей підприємства.

Слід зазначити, що сучасні українські підприємства у своїй більшості мають проблеми у сфері управління кадровим потенціалом, а саме: відсутність

інноваційної спрямованості кадрової політики та використання вдалого досвіду закордонних підприємств; неврахування відділами кадрів особистісних характеристик кожного окремого працівника; відсутність чіткої системи розвитку кадрового потенціалу працівників тощо. Результатом такої кадрової політики є висока плинність персоналу на підприємствах та низький рівень зацікавленості у досягненні організаційних цілей.

Вирішити зазначені проблеми можна тільки шляхом ефективного управління кадровим потенціалом підприємства, яке передбачає його оцінювання, використання та розвиток. Наслідком впровадження комплексного підходу до управління кадровим потенціалом підприємства стане: посилення мотивації до високопродуктивної праці; підвищення соціального розвитку колективу; створення максимальної зацікавленості працівників у кінцевих результатах діяльності підприємства.

Отже, розвиток кадрового потенціалу полягає у підвищенні професійно-кваліфікаційного рівня працівників, постійного оновлення їхніх знань, умінь, навичок за рахунок стимулювання та оцінки внеску кожного працівника в кінцевий результат (продовження освіти, управління кар'єрою), а це в свою чергу буде сприяти вирішенню стратегічних цілей підприємства і підвищенню його конкурентоспроможних позицій у діловому економічному світі.

Список використаної літератури

1. Гриньова В.М. Управління кадровим потенціалом підприємства: монографія / В. М. Гриньова, Г. І. Писаревська. — Х.: ХНЕУ, 2012. — 228 с.

2. Королюк Т.О. Державне управління кадровим потенціалом у новій економіці / Т.О. Королюк. // Економіка та держава. – Київ, 2017. - №1. - с.79-83.

3. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навчальний посібник / Н.С. Краснокутська. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 352 с.

4. Балабанова Л.В. Управління персоналом: підручник. / Л.В. Балабанова, О.В.Сардак. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.

5. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навчальний посібник / О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.

6. Дашко І. М. Кадровий потенціал: сутність та фактори його розвитку/ І.М. Дашко // Економіка та держава. - Київ, 2017. - №1. – с. 65-68.

7. Галицька У.Б. Формування та ефективність використання кадрового потенціалу / У.Б. Галицька, Д.П. Доманчук // Вісник ПДАТУ. 2012. - №14. – с.72-78.

8. Довбенко В.І. Потенціал і розвиток підприємства: навчальний посібник / В.І. Довбенко, В.М. Мельник. – 2-е вид., випр. і доп. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 232 с.

Підгаєць Діана Юріївна
студентка
Науковий керівник:
Вільчинська Олена Миколаївна
к.е.н., доцент
Вінницький навчально-науковий інститут економіки Тернопільського національного економічного університету

ПРОГНОЗУВАННЯ ПРОДАЖУ ТОВАРУ

Економічні процеси важко піддаються прогнозуванню, оскільки на них впливає дуже багато факторів, що зумовлюють різні ризики. Методи прогнозування дають змогу передбачити ймовірну поведінку споживачів у майбутньому, охарактеризувати дії конкурентів.

Метою даної роботи є дослідження особливостей прогнозування продажу товару.

Прогноз продажу – це ті обсяги товарів, які фірма розраховує продати за конкретний проміжок часу, виходячи з існуючої кон'юнктури та місткості ринку. Прогнозування продажу товарів створює певний образ престижності фірми та її виробників; інформує про параметри, властивості товарів; сприяє пізнаванню нових товарів фірми та підтримує популярність вже існуючих; обґрунтовує ціни на товари і послуги.

Відомо два підходи до прогнозування обсягів продажу [1]:

- Всеосяжний – розподіл сукупної оцінки на її основні складові (за асортиментом, часом продажу).
- З нарощуванням – додавання прогнозного значення обсягів продажу кожного товару, щоб отримати загальний прогноз.

Існують інтуїтивні та формалізовані методи прогнозування обсягів продажу [2].

Інтуїтивні методи передбачають вивчення думок спеціалістів підприємств-виробників і споживачів продукції, торговельно-посередницьких фірм, підприємств роздрібної торгівлі, консалтингових організацій про можливі обсяги продажу продукції підприємства у плановому періоді. Ці методи доцільно використовувати для кон'юнктурних оцінок, особливо у випадках, коли неможливо отримати безпосередню інформацію про досліджуване явище або процес. До інтуїтивних методів належать такі:

- Судження менеджера:
  Прямий прогноз – визначення обсягів збуту без будь – якого попереднього аналізу.

Пошук „коня, що зник" – прогнозування, відштовхуючись від останньої відомої величини.

- Судження добре обізнаних з проблемою груп:
  Потенційних покупців (чи є в них наміри щось купити в майбутньому).
  Торговельних агентів (пропозиції, оцінювання обсягів продажу майбутніх періодів).
  Виконавців (робітників і службовців фірм).
  Експертів.
  Технічний прогноз (оцінка того, які наукові досягнення будуть використані у майбутньому).

Формалізовані методи прогнозування дозволяють описати економічну проблему у вигляді математичних співвідношень (рівнянь, нерівностей, графіків та ін.). До них належать методи кореляційно-регресійного аналізу (визначення статично значущих чинників впливу на збут продукції підприємства за ступенем їх впливу), екстраполяційні методи (перенесення тенденцій моделі збуту на майбутнє), метод стандартного розподілу ймовірностей (експертним шляхом визначають три види прогнозів збуту: оптимістичний, песимістичний, найбільш імовірний), евристичні (використання коефіцієнтів еластичності між темпами зміни обсягів реалізації і купівельною спроможністю населення з урахуванням прогнозу змін купівельної спроможності клієнтів підприємства); прогнозування на основі вивчення частки ринку (обсяг збуту прогнозується як процент частки фірми на ринку у даній галузі, тобто спочатку прогнозують збут галузі в цілому, а потім розраховують частку фірми і прогнозні обсяги збуту); аналіз кінцевого використання (прогноз базується на основі збуту кінцевої продукції). Перевагою цих методів є те, що прогноз спирається на об'єктивну маркетингову інформацію.

Варто зауважити, що у процесі прогнозування продажу варто також враховувати ряд важливих правил [3]:

- Прогнози розробляються окремо для кожної товарної групи, якою займається компанія, оскільки умови росту продажів різних брендів можуть істотно відрізнятися.
- Прогнози варто розробляти окремо для кожного ринку чи його сегмента, на якому відбувається продаж даного продукту.
- Необхідно враховувати умови реалізації продукції на кожному окремому ринку, наявність і рівень розвитку дилерської мережі, акції по просуванню товару, рекламні компанії тощо.
- Важливим моментом є облік впливу інфляційної складової на ціну продукту.

Процес прогнозування продажу потрібно здійснювати у постійному режимі. При будь-яких змінах ринкової ситуації необхідно перевіряти якість прогнозу; постійно коригувати прогнози. Враховуючи те, що більшість задач прогнозування продажу не можна вирішити, спираючись лише на числові дані, а саме в умовах відсутності достатньої за обсягом та достовірної інформації, в

умовах значної невизначеності середовища, в умовах дефіциту часу чи екстремальних ситуацій, тоді варто використовувати інтуїтивні методи прогнозування. Інтуїтивні методи дозволяють пояснити, що мотивує споживача при покупці товару, виділити основні фактори впливу на обсяги продажів та ін.

Отже, для підвищення рівня ефективності та достовірності результатів прогнозування необхідно користуватися більше, ніж одним методом прогнозування, в залежності від ситуації, що склалася на ринку; а також слід забезпечити змагальність методів прогнозування.

Список використаної літератури

1. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент . Підручник – К.: КНЕУ, 1998 – 239 – 248.
2. Погріщук Б.В. Основи економічного прогнозування: навч. посіб. / Б.В. Погріщук, О.М. Лисюк. – Тернопіль: Крок, 2006. – 248 с.
3. Лисюк О.М. Особливості математичного моделювання в маркетингових дослідженнях // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю "Проблеми та перспективи розвитку національних економік в сучасних умовах". – Тернопіль: Крок, 2013. – С.378-380.

Піддубна Олена Сергіївна магістр
науковий керівник:
Зубко Тетяна Леонідівна
к.е.н, доцент кафедри економіки та фінансів підприємства, керівник

МЕТОДИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ СТАРТАПУ

Економічні кризи та політичні події останніх років призвели до спаду виробництва і, як наслідок, до зростання безробіття. Втрата робочих місць в певній мірі стимулювала населення до так званого «створення робочих місць власноруч», тобто до само зайнятості, а в майбутньому до створення нових робочих місць. Так і почався «бум» на стартапи, який триває і досі. Серед основних джерел залучення коштів слід виділити венчурні фонди, банківські кредити, програми та гранти міжнародних та національних організацій.

Найактуальнішим способом отримання коштів наразі є банківські кредити або інвестиції (якщо проект подається вже існуючим суб'єктом господарської діяльності). Не дивлячись на те, що кредитування стартапів та інвестування у вже існуючий бізнес практикується банками досить давно, досі

не існує чітко визначених підходів до оцінки бізнес-проектів, що суттєво ускладнює роботу як самих банків, так і потенційних позичальників.

Проблемі оцінки ефективності інвестиційних проектів присвячена велика кількість досліджень. Значний внесок у розроблення теоретичних та практичних питань оцінки економічної ефективності інвестування зробили зарубіжні та вітчизняні вчені: В. Беренс, Р. Брейлі, Д. Герц, Е. Лернер, С. Майєрс, Г. Марковіц, Р. Пайк, Р. Паркер, П. Хавранек, В. Шарп, С. Шмідт, М. Баканов, Ю. Богатін, Н. Ведута, Є. Єндовіцький, Л. Канторовіч, В. Ковальов, В. Москвін, Т. Хачатуров, В. Шеремет, Е. Бершеда, В. Гарбузов, К. Зуллас, П. Жердецький, В. Красовський, А. Мороз, В. Міщенко, Л. Нейкова, А. Нікітін, А. Пересада, М. Педан, О. Павловська, А. Савченко та ін, що приділяли увагу теоретичному обґрунтуванню і практичному використанню методик і методів оцінки ефективності інвестиційних проектів.

Найчастіше банки використовують експертну оцінку бізнес-плану. У загальному розумінні експертиза (від лат. expertus – досвідчений) – це дослідження фахівцем будь-яких питань, розв'язання яких потребує спеціальних знань, а оцінка – встановлення уявлення про значення, сутність, рівень (цінність) будь-якого явища. Таким чином, експертна оцінка передбачає кількісно виміряне судження фахівця. Експертиза бізнес-плану має задовольняти такі вимоги: багатокритеріальність (максимальне врахування впливових факторів щодо ефективного ведення бізнесу); мінімальна трудомісткість, а отже, і вартість експертних робіт (використання добре опрацьованих методик, залучення висококваліфікованих фахівців, застосування сучасних програмних продуктів); мінімальні витрати часу на проведення експертизи; максимальна об'єктивність (можливість залучення незалежних експертів); максимальна відповідність цілям проведення експертизи [4].

Аналізуючи міжнародний досвід оцінки бізнес-планів ми виділили декілька методів, що найкраще підходять саме для стартапів (див табл.1)

Існують й інші методики. Відповідно до найпоширенішої з них для кожного окремо взятого розділу бізнес-плану вибирають визначену кількість загальних, найбільш значущих для нього критеріїв-еталонів, які потім "накладаються" на певний розділ реального бізнес-плану, що тестують на відповідність еталону. Міжнародний досвід експертної оцінки бізнес-плану свідчить про глобальний характер проблеми, тому особливої актуальності набуває адаптація міжнародних методик до умов української економіки, а саме: визначення критеріїв, відповідно до яких має оцінюватись бізнес-план підприємницького проекту [4].

Таблиця 1.

Сутність та практичне використання методів оцінки стартапів

<table>
<tr><th>Назва методу</th><th>Короткий опис</th><th>Приклад застосування</th></tr>
<tr><td>Метод Беркуса</td><td>Оцінка базується на визначені 5 ключових факторів успіху</td><td>Ідея (базове значення) — $300 тис. Прототип (технологія) — $500 тис. Ефективність команди менеджменту — $300 тис. Стратегічні відносини (вихід на ринок) — $200 тис. Випуск продукту або продаж — $100 тис.
Попередня оцінка — $1,4 млн. Це дає приблизне уявлення про те, скільки коштує стартап та що слід поліпшити; вартість попередньої грошової оцінки не повинна перевищувати $2 млн.</td></tr>
<tr><td>Метод оцінки показників</td><td>Оцінка на основі середньої вартості, обчисленої для аналогічної компанії</td><td>
<table>
<tr><th></th><th></th><th>Вага</th><th>Середній проект</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Можливості команди</td><td>40%</td><td>125%</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Готовність продукту/технології</td><td>30%</td><td>100%</td></tr>
<tr><td>3.</td><td>Розмір ринку</td><td>20%</td><td>15%</td></tr>
<tr><td>4.</td><td>Конкуренція</td><td>10%</td><td>75%</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Початкова вартість</td><td>$1 500 000</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Коефіцієнт</td><td>117,5%</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Оцінка стартапу</td><td>$1 760 250</td><td></td></tr>
</table>
Ваш бізнес на 17,5% краще, ніж схожі в цілому проекти
</td></tr>
<tr><td>Сумування факторів ризику</td><td>Оцінка на основі базового значення, скоригованого для 12 стандартних факторів ризику. Найважче завдання для цього методу, як і для більшості аналогічних методів оцінки — знайти інформацію про подібні стартапи.</td><td>
<table>
<tr><td>Початкове вартість</td><td></td><td></td><td>$1 500</td></tr>
<tr><td>1. Ризик менеджменту</td><td>Дуже низький</td><td>+$500</td><td>$2 000</td></tr>
<tr><td>2. Стадія бізнесу</td><td>Середній</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3.Законод./політи.ризики</td><td>Середній</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4. Виробничі ризики</td><td>Середній</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5. Ризики збуту та виробництва</td><td>Середній</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6. Ризик фінансування/залучення капіталу</td><td>Середній</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>7. Ризик конкуренції</td><td>Дуже високий</td><td>-$500</td><td>$1 500</td></tr>
<tr><td>8. Технологічний ризик</td><td>Низький</td><td>+$250</td><td>$1 750</td></tr>
<tr><td>9. Ризик судових процесів</td><td>Дуже низький</td><td>+$500</td><td>$2 250</td></tr>
<tr><td>10. Міжнародні ризики</td><td>Середній</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>11. Репутаційні ризики</td><td>Дуже низький</td><td>+$500</td><td>$2 750</td></tr>
<tr><td>12. Потенційно вигідний вихід</td><td>Середній</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Оцінка бізнесу</td><td></td><td></td><td>$2 750</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Метод порівняльних транзакцій</td><td>Оцінка, що базується на правилі трьох показників KPI від аналогічної компанії</td><td>Залежно від типу стартапу потрібно знайти індикатор, який буде оптимальним аналогом для оцінки бізнесу. Цей показник може бути специфічним для вашої галузі: щомісячний періодичний дохід (SaaS), кількість працівників (тимчасових), кількість відділень (роздрібна торгівля), заявлені патенти (медтехніка/біотехнології), щотижневі активні користувачі тощо. У більшості випадків ви можете просто взяти рядки з P&L: обсяг продажів, валова маржа, EBITDA та інше.
<table>
<tr><th></th><th>Продано за</th><th>Коефіцієнт доходу</th><th>Коефіцієнт WAU (Weekly Active Users)</th></tr>
<tr><td>Схожий бізнес #1</td><td>$957</td><td>3,0 x</td><td>2,3 x</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

Схожий бізнес #2	$647	3,3 x	6,4 x		
Схожий бізнес #3	$327	1,9 x	1,5 x		
Схожий бізнес #4	$737	5,4 x	0,2 x		
Схожий бізнес #5	$6 248	8,6 x	5,7 x		
Схожий бізнес #6	$39 087	7,3 x	4 x		
Схожий бізнес #7	$6 576	12,1 x	31 x		
Схожий бізнес #8	$4 258	8,3 x	3,5 x		
Схожий бізнес #9	$3 798	3,4 x	1,1 X		
		Дохід	WAU		
Індикатор мого бізнесу		$90	1000		
Середньозважений коефіцієнт		7,6	6,7		
Оцінка бізнесу, що базується на такому методі		$685	$6,736		
В залежності від показників аналогічного бізнесу, стартап оцінюється в $685 або $6 736					

Складено автором на основі [2] та [3]

Отже, аналізуючи зарубіжний та вітчизняний досвід оцінки бізнес-проектів слід зазначити, що кожен з них має свої переваги і недоліки. На думку автора, найоптимальнішим варіантом для банків слід обрати метод сумування факторів ризику, об'єднавши його з методом порівняльних транзакцій. Даний «симбіоз» двох методів дозволить експерту проводити порівняльний аналіз стартапу з подібними проектами, а також індивідуально визначати ризиковість проекту, для банку та ініціатора, задля розуміння можливих вигод або збитків для банку. Базою для порівняння банкам, що працюють на ринку більше 3-ох років, слід взяти власні бази. Банкам, що працюють менше і не мають досвіду співпраці з компаніями даного сегменту, слід зробити ставку на аналіз відповідних сегментів ринку та відкритих даних по подібним компаніям.

Список використаної літератури

1. Барроу П. Бизнес-план, который работает / Пол Барроу; пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 288 с
2. Планування діяльності фірми: навч.-метод. посібник / Алексєєва М. М. – К.: Фінанси і статистика, 2011. – 248 с
3. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування : навч. посібник / Покропивний С. Ф., Соболь С. М., Швиденко Г. О., Дерев`янко О. Г. – [Вид. 2-ге, доп.]. – К.: КНЕУ, 2010. – 379 с.
4. Смаковська Ю. Критерії експертної оцінки бізнес-плану підприємницікого проекту // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. - №19. – 518с. – С.434-438.

Подерня Дарія Ігорівна
студентка
Університет державної фіскальної служби України
Науковий керівник:
Марченко Ольга Іванівна
к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства

СТРУКТУРИЗАЦІЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Оскільки, в першу чергу, від криз зазнають краху ті підприємства, які мають невисокий рівень сформованого потенціалу, то однією з кращих можливостей вирішення проблем буде підвищення ефективності використання підприємницького потенціалу для забезпечення розвитку конкурентоспроможних галузей їх економіки.

Вагомий науковий внесок у вивченні сутності поняття «потенціал підприємства» та його впливу на ефективність роботи підприємства зробили такі науковці як: Н. Краснокутська [2], А. Воронкова, О. Федонін, І. Рєпіна, О. Олексюк [4], О. Касьянова, Г. Коваленко, Є. Лапін, Р. Квасницька [7] та ін.

Так як існує велика кількість досліджень різних авторів з даної проблеми, то виникає гостра необхідність у визначенні суті поняття «потенціал підприємства».

Так, в «Економічному словнику» термін «потенціал» тлумачиться як:

- засоби, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення певної мети, здійснення плану, вирішення будь-якого завдання;
- здібності окремої людини, суспільства, держави до певної діяльності [8, с. 279].

В «Економічній енциклопедії» вказується, що потенціал – це наявні в економічного суб'єкта ресурси, їх оптимальна структура та вміння раціонально використати їх для досягнення поставленої мети [9, с. 13].

Структуризація потенціалу виступає важливим аспектом для його формування та майбутнього використання. Оскільки, формування потенціалу можливе лише за комплексного уявлення щодо взаємозв'язків між його елементами досить розповсюдженою є ситуація, коли для використання певного виду потенціалу необхідно розвинути інші складові [1, с. 221].

Розглянемо наступні підходи до структуризації потенціалу підприємства:

- підхід Н. Краснокутської, яка виділяє два розповсюджених варіанти структуризації:

блочно модульна – заснована на взаємодії трьох складових, які охоплюють усі стратегічні компоненти підприємства, що дають змогу досягти поставлених

цілей та найбільш повно характеризують стан підприємства – ресурси, система управління та діяльність персоналу (рис. 1);

функціональна – заснована на наявності певних елементів. Зокрема, маркетинг, виробництво, кадри, менеджмент, фінанси, інформація. Вони обумовлюють функціонування та розвиток потенціалу підприємства, його функціональну структуризацію [2, с.57].

– ресурсний підхід – науковці Г. Коваленко та І. Касьянова пропонують структуру потенціалу, що формується на основі ресурсів, якими володіє підприємство. На їх думку, потенціал підприємства складається з декількох субпотенціалів, які включають в себе кілька видів ресурсів, серед яких можна виділити наступні: потенціали розвитку, основних фондів, інвестиційний та ін. [5].

– А. Воронкова вважає, що в основі структури потенціалу лежать можливості підприємства, а саме: виробничо-фінансові; інтелектуальні; трудові [3, с. 80] .

– Найбільш детальну структуру потенціалу підприємства представлено О. Федоніним, І. Рєпіною та О. Олексюком. До елементів потенціалу підприємства вони відносять все, що пов'язане з функціонуванням і розвитком підприємства [4, с. 17].

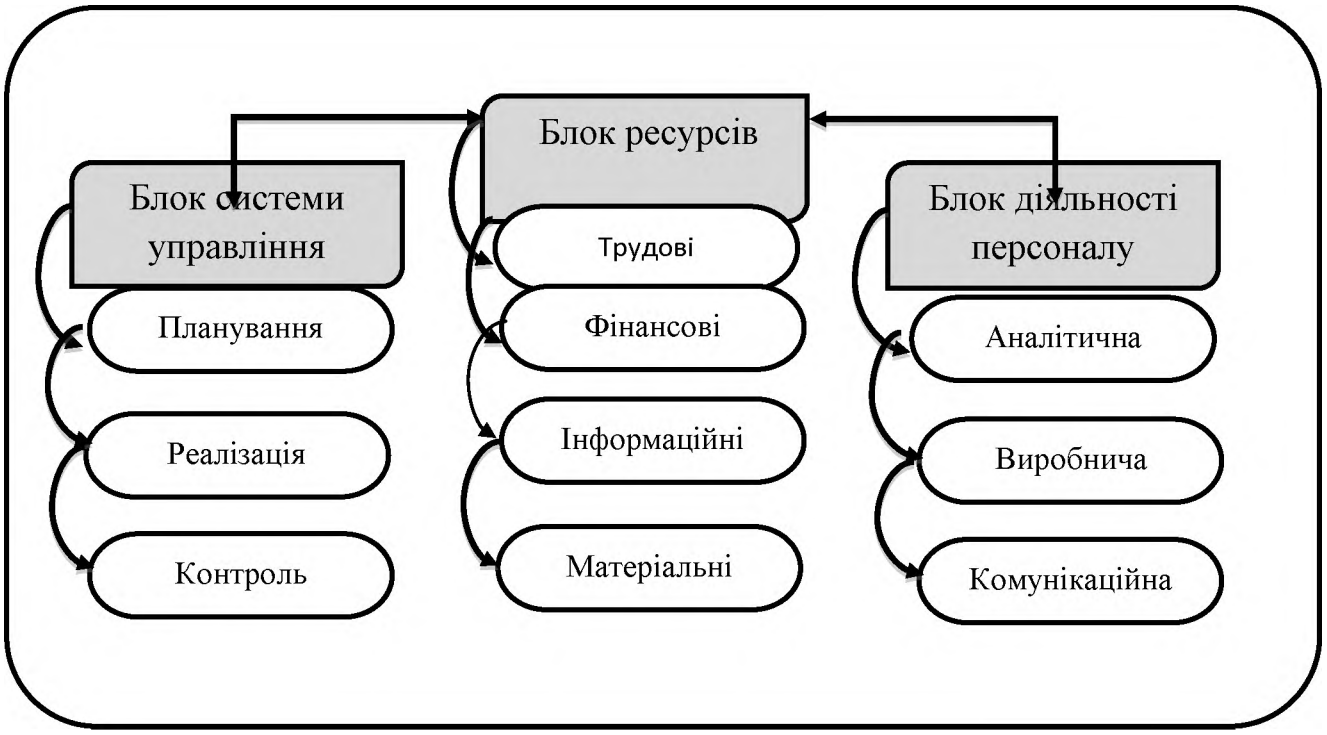


Рис. 1. Блочно-модульна структуризація потенціалу підприємства
***розроблено автором за матеріалами Н. Краснокутської [2, с. 57]**

– Системний підхід – науковець Є. Лапін виділяє структурні елементи в потенціалі підприємства, що розподілені за рівнями системи. До структурних елементів відносить кадровий, інвестиційний, підприємницький,

техніко-технологічний, нематеріальних активів та природно-ресурсний потенціали [6, с. 86].

– Р. Квасницька вважає, що структурний потенціал підприємства варто розглядати з позиції поділу його складових на основні та другорядні. Основними складовими потенціал підприємства називає: фінансовий, інвестиційний, виробничий, трудовий, інноваційний та ринковий потенціали. Всі інші складові потенціалу можуть бути віднесені до другорядних, які мають вплив на основні його складові [7, с. 79].

Отже, за результатами критичного аналізу різних підходів з'ясовано, що основні складові потенціалу є окремими складовими, які є у постійному взаємозв'язку один з одним та безпосередньо впливають на загальний рівень потенціалу підприємства.

Список використаної літератури

1. Зеленська М. О. Підходи до формування та структуризації потенціалу підприємства / М. О. Зеленська. // Економічний вісник: збірник наукових праць. – 2011. – №8. – С. 219–224.
2. Краснокутська Н. С. Управління потенціалом торговельного підприємства: монографія / Н. С. Краснокутська. – Харків: Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2012. – 322 с.
3. Воронкова А. Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / А. Е. Воронкова, Ю. С. Погорелов. // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №4. – С. 77–82.
4. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олексюк. – Київ: КНЕУ, 2006. – 316 с. – (2-ге, без змін).
5. Коваленко Г. М. Врахування галузевої специфіки при визначенні складових потенціалу будівельного підприємства [Електронний ресурс] / Г. М. Коваленко, О. М. Касьянова – Режим доступу до ресурсу: http//www.confcontact.com/2010alyans/ek1_koval.php.
6. Лапін Е. В. Экономический потенциал предприятия: монография / Е. В. Лапін. – Сумы: Университетская книга, 2002. – 310 с.
7. Квасницька Р. Структуризація потенціалу підприємства / Р. Квасницька. // Вісник Київського національно-економічного університету. – 2017. – №1. – С. 73–82.
8. Економічний словник / [за ред. П. І. Баргія, С. І. Дорогунцова]. Київ: Гол. ред. УРЕ, 1973. - 623 с.
9. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія: у трьох т. Т. 3 / С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – Київ: Академія, 2002. – 952 с.

Поліщук Іванна Петрівна
студентка групи ЕМУ-16-1
Науковий керівник:
д.е.н, завідувач
кафедри економіки підприємства
УДФСУ
Лазебник Л. Л.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ – ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасній економіці роль інноваційної діяльності господарюючих суб'єктів істотно зростає. Без застосування інновацій практично неможливо забезпечити конкурентоспроможне виробництво, оскільки з прискоренням науково-технічного прогресу вимоги високого ступеня новизни продукції притаманні кожній галузі. Інновації як ефективний засіб конкурентної боротьби постійно формують нові потреби покупців, знижуючи попит на традиційну продукцію, що посилює конкуренцію. Це обумовлює пошук нестандартних рішень та впровадження новітніх перетворень підприємства для збільшення частки ринку та посилення конкурентних позицій.

Інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на створення і реалізацію інновацій. У результаті інноваційної діяльності народжуються нові ідеї, нові або вдосконалені продукти, технологічні процеси, з'являються нові форми організації та управління різними сферами економіки та її структур.

Закон України «Про інноваційну діяльність» конкретизує її узагальнене розуміння – це діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг [4].

Основною внутрішньою метою діяльності підприємства, що функціонує в умовах ринкової економіки, є максимізація прибутку, і саме інноваційна діяльність відіграє у цьому вирішальну роль. З рисунку 1, бачимо, що частка українських підприємств, які впроваджували інноваційну продукцію є нижчою за частку підприємств, що займались інноваційною діяльністю. (Рис.1).

Це пояснюється тим, що на етапі виведення інноваційного продукту на ринок, підприємства зіштовхуються з багатьма проблемами, такими як: нестача власних коштів, недосвідченість та неготовність персоналу до впровадження інновацій, низький рівень державної підтримки, недоліки у методиці оцінки інноваційних проектів [3, с. 6].

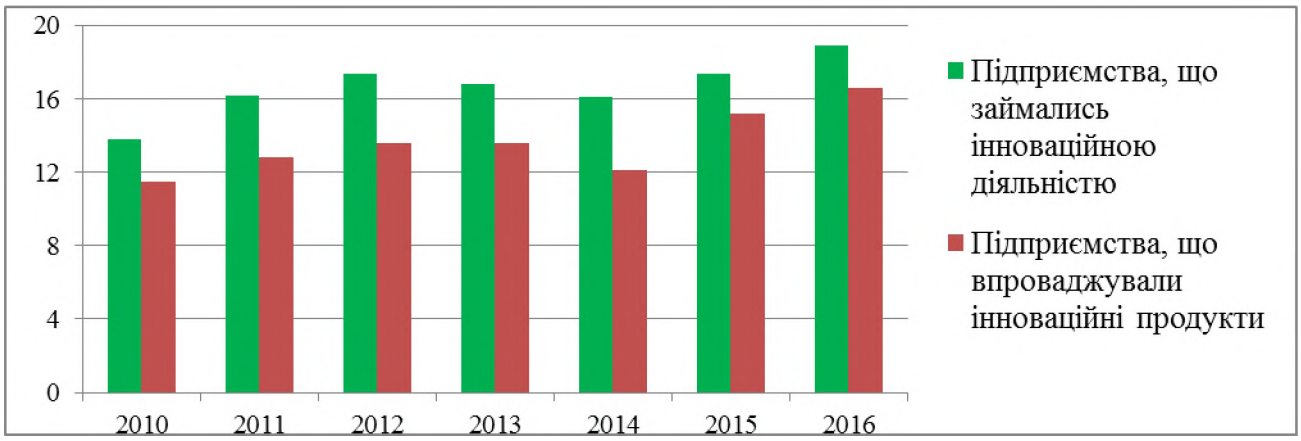


Рис. 1. Динаміка питомої ваги підприємств, що займались та впроваджували інноваційну діяльність, %.[5]

Для ефективного провадження інноваційної діяльності необхідна активна фінансова підтримка. Основними джерелами фінансування інноваційної діяльності підприємств України є власні кошти підприємства, кошти іноземних інвесторів, кошти держбюджету та інші джерела, не заборонені законодавством України. Аналіз джерел фінансування за останні п'ять років (таблиця 1) свідчить про те, що перш за все, витрати на інноваційну діяльність покриваються за рахунок власних коштів підприємств, спостерігається зростання частки власних коштів.

Таблиця 1[6]

Джерела фінансування інноваційної діяльності

Рік	Загальна сума витрат	За рахунок коштів, %			
		Власні	Державний бюджет	Іноземних інвесторів	Інші джерела
2011	14333,9	52,9	1,04	0,4	45,66
2012	11480,6	63,9	1,95	8,66	25,49
2013	9562,6	72,92	0,25	13,1	13,73
2014	7695,9	84,98	4,47	1,8	8,75
2015	13813,7	97,2	0,4	0,42	1,98
2016	23229,5	94,86	0,77	0,1	4,27

Для визначення рівня та потенційних можливостей інноваційного розвитку країни, а отже, й показника стану інноваційного підприємництва у світі використовується розрахунок глобального індексу інновацій (GII). Глобальний індекс інновацій — це глобальне дослідження та рейтинг країн світу за рівнем інноваційності, які розраховуються за методикою міжнародної школи INSEAD (Франція) з 2007 р.

Україна в 2017 році займає 50 місце з глобальним інноваційним індексом 35,62, у 2016 році зайняла 56 місце з індексом 35,72, у 2015 р. — 64 місце з

[5]Розроблено автором на основі електронного ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua
[6] Розроблено автором на основі електронного ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua

індексом 36,45. Проте для нашої країни цей рейтинг є незадовільним, не дивлячись на позитивну динаміку, адже показник інноваційного потенціалу України (Innovation Input Sub - Index) складає 41,05, тоді як його використання (Innovation Output Sub - Index) — 34,19, тобто ефективність складає 83,3% [2].

В зарубіжних країнах держава виступає спонсором інноваційної діяльності, що постійно удосконалює систему стимулювання нововведень, засновану на використанні патентної форми правової охорони винаходів. Інноваційне виробництво активно підтримується державою у формі пільг, субсидій, «податкових канікул» тощо [1, с.38].

В Україні, на жаль, відсутні дієві механізми підтримки, стимулювання, розвитку інноваційної діяльності. Нестабільна економіка, відсутність фінансування, високі кредитні ставки, недосконаліть податкової системи та пільгового режиму для здійснення інноваційної діяльності – всі ці фактори не сприяють зростанню впроваджень нововведень. Як результат – відсутність мотивації щодо вдосконалення нових технологій, значна зношеність обладнання та застаріла матеріально-технічна база, дефіцит фінансових ресурсів і слабкий розвиток інфраструктури трансферу технологій [3, с. 7].

З метою створення сприятливих умов для інноваційної діяльності підприємств необхідне розроблення і запровадження пільг підприємствам, які створюють і реалізують інноваційну продукцію, стимулювання використання екологічно безпечних технологій, збільшення податкових ставок на випуск застарілої продукції, створення ринку інноваційної продукції з належним рівнем захисту інтелектуальної власності, цілеспрямована підготовка менеджерів інноваційної діяльності, та загальний розвиток інноваційної культури суспільства.

Підсумувавши, можна сказати, що необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності сучасного підприємства є провадження інноваційної діяльності, адже саме інновації дають змогу суб’єктам господарювання постійно підвищувати ефективність своєї діяльності. На сучасних вітчизняних підприємствах існує ряд проблем, які стримують розвиток інноваційної діяльності: слабка мотивація інноваційної діяльності, недосконала законодавча база; неможливість спрогнозувати результати інноваційної діяльності; небажання керівників приймати рішення, пов'язані з додатковим ризиком; нестабільна ситуація в країні; недостатність державної підтримки; відсутність значної кількості висококфаліфікованного персоналу наукоємних виробництв. Отже, в Україні для активізації та стимулювання інноваційної діяльності необхідно створювати сприятливе бізнес-середовище для інновацій. Це значно підвищить рівень інноваційної активності підприємств, забезпечить розвиток всієї економіки і покращить рівень життя населення.

Перелік використаних джерел

1. Войтенко І. Особливості фінансування інноваційної сфери в розвинених країнах світу / І. Власова // Вісник КНТЕУ. – 2016. – № 1. – С. 36–46.

2. Глобальний інноваційний індекс 2017 – Електронний ресурс – Режим доступу: https://www.globalinnovationindex.org
3. Цвик О.Г. «Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств» / О. Г. Цвик // Інвестиції: практика та досвід – 2017 - №4 – С. 5-8
4. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04. 07. 2002 р. № 40 – IV - Електронний ресурс: - Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України – Електронний ресурс: - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua

Рижинська Віра Володимирівна
студентка
Кукліна Тетяна Сергіївна
к.е.н., доцент, доцент кафедри
міжнародного туризму
Запорізький національний технічний
університет

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Одним із перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм – спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також навчання і підвищення рівня професійних знань у сфері кулінарії. У західних країнах гастрономічні тури давно увійшли до переліку одних із найпопулярніших видів туризму. Представники туристичних підприємств України відзначають, що гастрономічний туризм з кожним роком збільшує свою присутність на туристичному ринку, оскільки туристам стає все цікавіше пізнавати країну не тільки за допомогою різних видів турів, але і з позиції смаку, знайомства з національною кухнею.

Гастрономічний туризм дає можливість через дегустації унікальних продуктів і страв, властивих виключно для певного регіону, розкрити усе багатство місцевих традицій, пізнати менталітет та вікові традиції народів через культуру приготування і вживання їжі. Слід відзначити, що в українській туризмології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму. Зустрічаються терміни «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гурман-туризм», «гастрономічний туризм».

Гастрономічний (кулінарний) туризм є складовою культурно-просвітницького туризму – одного з найбільших сегментів туристичного ринку. Гастрономічний туризм презентує етнічну (почасти регіональну) кухню як складову традиційної культури певного етносу або його частини. Гастрономічний туризм має свою внутрішню структуру. Структурувати його можна за етнічними ознаками, за видами страв та напоїв, технологією приготування, особливостями споживання тощо. Структурно до складу гастрономічного (кулінарного) туризму входить винний туризм – здійснення подорожі з метою отримання вражень від споживання вина в районах його безпосереднього вирощування.

Винний туризм передбачає споживання вина в районах його безпосереднього вирощування, тобто його локалізаційні особливості є основою пропаганди туристичних можливостей переважно сільської місцевості, «туристичної глибинки» і є шляхом пропаганди умов і можливостей регіонів виноробства щодо розвитку туризму через споживання вина. До дегустації вина долучаються страви національної кухні, оглядові екскурсій, ознайомлення з архітектурою, культурою, історією, природою певного краю, його сьогоденням. До того ж терміни збору винограду і виробництва молодого вина – по завершенні «пікового» туристичного сезону, що дозволяє продовжити туристичний сезон і сприяє розвиткові туризму в дестинації. А коли процедура споживання вина обставляється як свято – ми маємо винні фестивалі (у Іспанії, Німеччині, інших країнах, які вже мають славу виноробних), які також пропагують культуру споживання вина і виноробство країн та регіонів. Всім відомі «гранди» ринку виноробства: Італія, Франція, Іспанія, Португалія, Греція, Німеччина, Угорщина (в Європі), США (Каліфорнія), Аргентина, Чилі – в Південній Америці, Грузія – на Кавказі, Австралія і цей список можна продовжити. В цих країнах розвивається й винний туризм, вино з цих країн є сувеніром, складовою туристичного іміджу (а почасти, бренду) країни. Винний туризм можна також розглядати як один з механізмів просування винного продукту країни на ринок виноробної продукції, який є доволі щільним, з високою конкуренцією.

Винний тур – це подорож, яка включає в програму відвідування виноробні центри, погреби, вивчення історії виноробства і дегустацію кращих місцевих вин. Вирушаючи у винні тури по Європі, можна насолодитися смаком справжніх європейських вин, навчитися правильно їх дегустувати (якщо ще не вмієте), почати розбиратися в різних сортах винограду і привезти приємні подарунки для друзів у вигляді пляшок вина.

Винні тури в Європу сподобаються не тільки досвідченим дегустаторам, які дуже добре розбираються у вині, але і новачкам. У такому випадку туристу покажуть процедуру дегустації вина, винну карту регіонів тієї країни, в якій він подорожує, і допоможуть зорієнтуватися і розібратися в сортах вин.

Україна, маючи глибокі культурні традиції, зокрема у харчуванні, може запропонувати численні цікаві гастрономічні тури як для закордонних, так і

вітчизняних громадян. Експерти вважають, що гастрономічний туризм використовує лише 20% потенціалу і може легко подвоїти обороти в найближчому майбутньому. Послуги закладів ресторанного господарства як однієї із основних складових туристичної інфраструктури, що забезпечує близько 20 % доходів від реалізованого туру, варто розглядати не лише як засіб задоволення фізіологічних потреб у харчуванні туристів, а як спосіб пізнання культури, традицій народу в країні перебування, як мету туристичної подорожі.

Список використаної літератури

1. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ — 2012. — № 45. — С. 128—132.
2. Басюк Д.І. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Здобутки, проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу". - м. Київ, 29-30.10.2012 р. – К.: НУХТ, 2012. – 409 с.

Рожко Юрій Вікторович
студент групи ЕПБ-14-1
ННІ економіки, оподаткування та
митної справи УДФСУ
Науковий керівник:
Мельничук Ганна Сергіївна
к.е.н., доцент кафедри економіки

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА» ТА ЙОГО СТРУКТУРИЗАЦІЇ

В сучасних динамічних умовах економічного розвитку трудовий потенціал являється однією з основних складових підвищення результативності діяльності підприємства. На переконання багатьох науковців та практиків, зокрема таких як, Олійник Т.І., Саблук П.Т., Ульяченко О.В., Михайлова Л.І., Дієсперов В.С., Якуба К.І., розвиток трудового потенціалу підприємства є найважливішим завданням сучасних ринкових перетворень та може бути використаний як найефективніший інструмент конкурентної боротьби. В цьому зв’язку необхідно зазначити про те, що якщо підприємство нераціонально формує та неефективно використовує наявний трудовий потенціал, то воно протягом певного терміну часу деградує і в подальшому банкрутує.

Однак, не зважаючи на значущість трудового потенціалу для забезпечення ефективності діяльності підприємства, залишається чимало невирішених дискусійних питань, пов'язаних не лише із формуванням і використанням трудового потенціалу підприємства, а й навіть щодо трактування сутності даного поняття [1, с. 19].

На сьогоднішній день відсутній єдиний науковий підхід до визначення економічної категорії «трудовий потенціал підприємства», тому в таблиці 1 наведені найбільш поширені трактування даного поняття.

Таблиця 1. Наукові підходи до визначення сутності поняття «трудовий потенціал підприємства»

Автор	Трактування поняття
Сімчера О.І.	Трудовий потенціал підприємства визначається як синтез інтелектуальних, психологічних, особистісних здібностей працівників підприємства, які видозмінюються в процесі здійснення трудової діяльності, і використовуються або можуть бути використані суб'єктом господарювання для досягнення цілей його діяльності [3, с. 242].
Сарапука О.В	Трудовий потенціал – узагальнена трудова дієздатність колективу підприємства, ресурсні можливості в сфері праці спискового складу підприємства, виходячи з його віку, фізичних можливостей, існуючих знань і професійно-кваліфікаційних навичок [2, с. 427].
Фролова Л.В., Ващенко Н.В., Данилюк А	Трудовий потенціал – головний ресурс підприємства, оскільки завдяки людському інтелекту може створюватись нова, конкурентоздатна продукція [2, с. 427].
Янковська Л.А.	Трудовий потенціал підприємства – можливості його працівників за певних факторів забезпечити реалізацію цілей підприємства з найраціональнішими витратами всіх ресурсів: технічних, матеріальних, енергетичних, трудових, фінансових [3, с. 245].

Різноманітність підходів до тлумачення змісту трудового потенціалу підприємства, наявність різних його визначень, свідчить про те, що трудовий потенціал підприємства є багатоаспектною категорією і має складну компонентну структуру.

В загальному вигляді структура трудового потенціалу підприємства складається із різних демографічних, соціальних, функціональних, професійних та інших характеристик груп працівників і відносин між ними, базується на мобільності та гнучкості, здатності до швидкої перебудови.

Бухалков М., Комаров Є. виділяють у складі трудового потенціалу підприємства такі потенціали як: економічний (як здатність приносити економічні результати), інноваційний (характеристика можливостей породжувати, розвивати і застосовувати нові ідеї, технології, продукти,

принципи та ін.), етичний (характеристики ціннісно-моральної дії на трудову поведінку і розвиток людини праці) [2, с. 427].

Радько С.Г. виділяє наступні групи компонентів трудового потенціалу підприємства:

– професійно-кваліфікаційні (кваліфікація, трудова дисципліна, освіта, трудовий досвід, трудова мотивація тощо);

– психофізіологічні (здоров'я, працездатність, стать, вік, конфліктність, комунікабельність, психологічні та фізіологічні особливості тощо);

– особистісні (потреби, схильності, здатності до лідерства, інтелектуальний рівень, відповідальність, нестереотипне мислення тощо);

– підприємницькі здібності (сформована трьома попередніми компонентами).

Линенко А.В. і Шевченко О.Л. розглядають структуру трудового потенціалу підприємства за наступними критеріями аналізу:

– за рівнем агрегованості оцінок (трудовий потенціал працівника; груповий трудовий потенціал; трудовий потенціал підприємства);

– за спектром охоплення можливостей (індивідуальний трудовий потенціал; колективний трудовий потенціал);

– за характером участі у виробничо-господарському процесі (потенціал технологічного персоналу, управлінський потенціал);

– за місцем у соціально-економічній системі підприємства (структурно-формувальний трудовий потенціал, підприємницький трудовий потенціал, продуктивний трудовий потенціал).

Верхоглядова Н.І. та Русінко М.І. пропонують компонентну структуру трудового потенціалу підприємства визначати за такими складовими як:

– освіта працівників;
– кваліфікація робітників;
– управлінський потенціал;
– особовий потенціал (ті можливості, які є у працівника як особи);
– організаційний потенціал.

Чорноморенко Н.В. концентрує увагу на якісній складовій трудового потенціалу підприємства, яку представляє у вигляді наступних компонент: здоров'я, освіта, творчість, свідомість, професіоналізм [2, с.428].

Таким чином, дослідження наукових підходів до структуризації трудового потенціалу підприємства дає змогу зробити висновок про те, що на сьогодні в економічній літературі представлена різна компонентна структура трудового потенціалу підприємства, що не дозволяє однозначно трактувати дану економічну категорію. В цілому, трудовий потенціал підприємства являє собою наявні та перспективні можливості трудового колективу підприємства, які обумовлені раціональним поєднанням професійно-кваліфікаційної, психофізіологічної та особистісної складових компонентів, кількісно та якісно задовольнити потребу підприємства та найефективнішим чином реалізувати його цілі за наявності відповідного ресурсного забезпечення.

Список використаної літератури

1. Галан О.Є. Трудовий потенціал підприємства − як економічна категорія / О.Є. Галан. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/91948/04-GALAN.pdf?sequence=1

2. Навольська Н.В. Чинники впливу на формування і використання трудового потенціалу підприємства / Н.В. Навальська // Глобальні та національні проблеми економіки – 2015. − №7 − с. 426-431.

3. Сімчера О.І. Наукові підходи до дослідження сутності трудового потенціалу підприємства / О.І.Сімчера // Економічний простір – 2013. − №75.− с. 240-249.

Ромащук Марина Борисівна,
студентка
Науковий керівник:
Митяй Світлана Анатоліївна
ст. викладач кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сучасні умови функціонування компаній призвели до кардинальної зміни парадигми ведення бізнесу. Трансформація діяльності підприємств вплинула на всі елементи системи менеджменту і зумовила об'єктивну необхідність у впровадженні управлінських інновацій, які сприяють адаптації підприємств до змін зовнішнього середовища на основі використання принципів і механізму процесного управління.

Існуючий стан проблеми, а також трансформаційний характер вітчизняної економіки, вказують на те, що концепція формування процесного управління бізнесом вимагає поглибленого дослідження та практичної апробації. Одним із основних напрямів, що потребують узагальнення та систематизації на теоретичному, а також на практичному рівнях, є поглиблення сучасної парадигми управління підприємством на основі розвитку концептуальних засад та категоріального апарату процесного управління.

Розв'язання окреслених проблемних питань створюють підґрунтя для побудови системи процесного управління, яка дозволяє на основі релевантної інформації приймати оптимальні рішення, що сприяють підвищенню

ефективності діяльності підприємства. Важливим у цьому аспекті є визначення основних елементів, обґрунтування механізмів формування ефективної системи процесного управління, узагальнення та систематизація сучасних методологічних основ стратегічного аналізу, формування комплексної системи оцінювання ефективності бізнес-процесів підприємства [5].

Процесний підхід лежить в основі цілого ряду сучасних управлінських методик і концепцій: реінжинірингу, концепції «Шість сигм», збалансованої системи показників та ін. Уперше термін «процесне підприємство» використав М. Хаммер. Основними ознаками такого підприємства він визначив організацію його роботи за принципом побудови бізнес- процесів, що зумовлює необхідність усвідомлення працівниками цілей організації бізнес- процесів, знання вимог клієнтів і прагнення їх виконати, консолідацію зусиль колективу компанії для забезпечення результативності бізнес-процесів[1].

У контексті процесного управління підприємство розглядається як сукупність бізнес- процесів і управління ними. При цьому концепція процесного управління відображає на основі сукупності бізнес-процесів більш детально декомпозицію всієї системи менеджменту підприємства.

Для ефективного використання процесного управління необхідною умовою є: визначення цільових орієнтирів результативності бізнес-процесів; формування кількісних та якісних параметрів впливу людського капіталу на процес створення продукції для зовнішніх клієнтів; виокремлення зони відповідальності власників бізнес-процесу; трансформація системи управлінського обліку з урахуванням нових особливостей та принципів ведення аналітичної роботи; планування діяльності підприємства на основі процесного бюджетування та функціонально-вартісного підходу. Упровадження процесного управління має ряд якісних і кількісних переваг. Якісні переваги досягаються за рахунок виконання повного управлінського циклу, тобто виконання всіх функцій, необхідних для повноцінного менеджменту і досягнення поставлених цілей на підприємстві, самостійного оволодіння персоналом підприємства сучасних технологій та методів управління.

Кількісні переваги, що формують економічний ефект, досягаються за рахунок скорочення операційних витрат, зниження адміністративних витрат і скорочення часу на обробку інформації, підвищення інвестиційної привабливості підприємства та окремого його бізнес- напряму (здебільшого за рахунок підвищення прозорості та передбачуваності формування фінансового результату, а також стабільності роботи підприємства) [2].

Основні переваги та можливості, які досягаються при впровадженні процесного управління, пов’язані з побудовою системи управління бізнес-процесами, що спрямована на безперервне покращення результатів діяльності з орієнтацією на основних як внутрішніх, так і зовнішніх клієнтів, оптимізацію корпоративного управління. Зазначене забезпечує прозорість для керівництва та персоналу і дає змогу миттєво реагувати на зміни умов зовнішнього

середовища господарювання, проведення аналізу та ефективності управління на кожному етапі бізнес-процесу, тобто формування цінності для споживачів[3].

Для запровадження процесного підходу в управлінні якістю продукції на підприємстві використовується методика, яка передбачає такі етапи [4]:

- збір даних, що стосуються якості продукції; - виявлення ланцюжків створення цінностей (процеси виготовлення продукції та надання їй якісних характеристик);

- реєстрація внутрішньофірмових процесів, на яких відбувається забезпечення якості продукції;

- визначення значимості процесу для забезпечення якості продукції;

- виявлення проблем, пов'язаних з процесами, які відповідають за якість продукції;

- встановлення власників процесу – працівників, які відповідають за якість продукції;

- оцінка та оптимізація впровадження процесного підходу до управління якістю продукції.

Формування системи процесного управління може відбуватися на будь-якому етапі життєвого циклу компанії. Ідентифікація та моделювання системи бізнес-процесів забезпечує прозорість управління, виявлення проблемних ланок ланцюжка, подальшу їх оптимізацію, яка зумовлює підвищення ефективності діяльності підприємства. Необхідною умовою впровадження процесного управління є прозорість бізнесу і своєчасна діагностика проблемних бізнес-процесів, що дає можливість адекватно та швидко реагувати на зміни як зовнішнього, так і внутрішнього середовища функціонування компанії. Обґрунтовано, що процесне управління дозволяє чітко спланувати показники, яких повинна досягти фірма у кожному періоді, спрогнозувати майбутній результат для встановлення подальших цілей на перспективу, проконтролювати ефективність виконання підрозділами підприємства запланованих завдань і коригувати отримані результати.

Список використаної літератури

1. Хаммер, М. Бизнес в XXI веке: повестка дня / М. Хаммер; пер. с англ. — М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2005. – С. 88.

2. Реинжиниринг бизнес-процессов / Абдикеев Н. М., Данько Т. П., Ильдменов С. В., Киселев Д. А. – М. : ЭКСМО, 2005.

3. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: регламентация и управление / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. – М. : ИНФРА, 2004.

4. Тірбах Л.В. Застосування процесного підходу в управлінні підприємством // www.nbuv.gov.ua.

5. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2006.

Рижій Марія Богданівна
магістрантка кафедри економіки
Уманського національного університету садівництва

ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТУВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНІЙ СФЕРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Одним із стратегічних факторів подальшого розвитку аграрного сектору економіки, відродження сільських територій, забезпечення зайнятості та зростання доходів сільського населення виступає аграрне підприємництво. В його структурі важливу роль відіграє мале аграрне підприємництво, яке потребує незначних затрат на створення і функціонування. Сектор малого аграрного підприємництва в економіці України формується сукупністю малих аграрних підприємств (юридичних осіб) та фізичних осіб, які здійснюють підприємницьку діяльність без утворення юридичної особи (індивідуальні підприємці). Якщо у 2000 році частка малих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції в сільському господарстві, мисливстві та лісовому господарстві становила 5,6 % [1, с.5], то в 2010 р. – вже 22,7%, а в 2016 р. цей показник зріс до 32,5%, або в 5,8 разів [8]. У 2000 р. малі сільськогосподарські підприємства реалізували продукції на 1,1 млрд грн [1, с.5], а в 2016 р. – 117,9 млрд грн, або в 107 разів більше [8].

На заваді широкому розвитку підприємництва в аграрній сфері України стоять певні складності. Серед них: відсутність достатніх грошових заощаджень (первинного капіталу) працівників сфери АПК – потенційних підприємців; малооб'єктної виробничої і обслуговуючої матеріально-технічної бази; належного правового захисту і певних юридичних гарантій підприємців з питань власності, розпорядження майном, отримання і розподілу доходів.

Окремі економісти вважають, що складне фінансове становище малих сільськогосподарських підприємств зробило їх непривабливими для сторонніх інвесторів. Унаслідок цього різко знизилися інвестиційні можливості підприємств, тому що основним джерелом інвестицій в основний капітал тепер є їхні власні кошти, які через відсутність прибутку обмежуються лише амортизацією. Сума останньої неухильно знижується у зв’язку з перевищенням вибуття основних засобів над їх уведенням в експлуатацію. Незважаючи на таке непросте становище, привабливість аграрного сектора стає дедалі помітнішою. Перед Україною відкриваються широкі перспективи у зв’язку зі світовою продовольчою кризою, зростанням попиту на біопаливо, відсутністю можливості розширювати посівні площі й нарощувати продуктивність сільського господарства основних аграрних країн.

Можна помітити, що темпи інвестування в сільське господарство значно перевищують темпи інвестування в промисловість і сферу послуг (рис. 1).

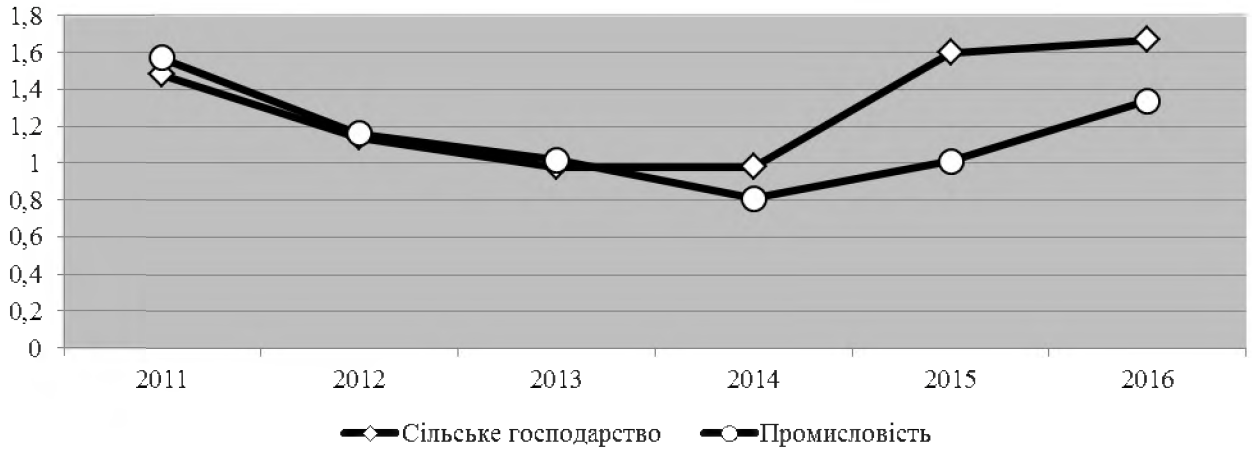


Рис. 1. Темпи приросту капітальних інвестицій, % у порівнянні з попереднім роком

Наведені дані говорять про зростаючу привабливість інвестицій у сільське господарство. Продуктивність капіталу в сільському господарстві значно перевищує продуктивність капіталу в промисловості та сфері послуг. При цьому даний розрив зростає й надалі, що є чітким сигналом для інвестування в сільське господарство.

Дослідження капітальних інвестицій малих аграрних підприємств у матеріальні активи показало, що найбільшу частку складають активи у машини та обладнання, а найменшу – у землю. За 2016 рік кількість капітальних інвестицій активів у машини та обладнання складала 8685 млн грн, а кількість у землю – 18,7 млн грн [1]. Аналіз капітальних інвестицій малих аграрних підприємств у нематеріальні активи свідчить, що капітальні інвестиції в концесії, патенти, ліцензії, торговельні марки і аналогічні права стрімко впали за 2010-2015 роки, у 2010 р. цей показник складав 20,4 млн грн, а в 2016 році – 0,2 млн грн. Проте інвестиції у придбання програмного забезпечення, навпаки, зросли, у 2010 р. вони складали 0,7 млн грн, а у 2016 р. – 10 млн грн) [1].

Основним поштовхом для вкладення капіталу в розвиток малих форм господарювання є такі фактори інвестиційної привабливості:

1. Низька собівартість. Інвестиції в 1 га в Україні в чотири рази нижче, ніж у країнах ЄС, низька вартість оренди землі, а також низькі витрати на оплату праці.

2. Пільгове оподаткування. Нульова процентна ставка ПДВ, а також фіксований сільськогосподарський податок у десятки разів нижче від податку на прибуток.

3. Наявність великих ділянок землі сільськогосподарського призначення, доступних для оренди. Україна має найбільший банк орних земель в Європі (близько 33 млн га), що становить 12 % усіх орних земель Європи і 2,2 % – від

усіх орних земель світу. За оцінками експертів, близько 33% усього чорнозему світу міститься на території України [2].

4. Наявність великої кількості неефективних компаній, які можливо поглинути за привабливою ціною.

5. Кліматичні умови, сприятливі для ведення сільського господарства.

6. Високий потенціал підвищеня врожайності за умови використання передових технологій обробки землі і вирощування культур.

7. Вдале географічне положення на перетині торговельних потоків між Азією, Близьким Сходом і Західною Європою.

8. Потенціал зростання внутрішнього споживання. Споживання сільськогосподарської продукції в Україні значно нижче, ніж у наших найближчих сусідів.

9. Висока прибутковість бізнесу. Сучасні українські аграрні підприємства працюють з рентабельністю, що значно перевершує показники зарубіжних аналогів.

10. Доступність фінансування та інвестиційного капіталу. Галузь залишається найпривабливішою для іноземних інвесторів, а також внутрішніх фінансових інститутів.

11. Потенціал до зростання інвестицій після скасування мораторію на продаж землі.

12. Низький поріг входу на ринок. З відносно невеликими інвестиціями можна швидко організувати досить прибуткове виробництво.

Адаптації більшості малих сільгосппідприємств до ринкових умов, що формуються, заважає їх нераціональна структура виробництва, яка характеризується технологічною відсталістю та нераціональністю організації виробництва. Потрібна їх ринково орієнтована реструктуризація, щоб організувати ведення кожного виду товарного виробництва як спеціалізованого самостійного бізнесу. Стратегічним завданням аграрної політики держави в економічній сфері є формування конкурентного підприємницького середовища в аграрному секторі, створення сприятливих умов для функціонування на рівноправній економічній основі малих форм аграрного підприємництва, гармонізацію інтересів власників, найманих працівників та сільських громад.

Список використаної літератури

1. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва. Статистичний збірник. 2016. – К.: Державна служба статистики України, 2017. – 485 с.

2. АПК-информ. аграрный сектор Украины: инвестиционная привлекательность, несмотря на несовершенное регулирование [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.apk-inform.com/ru

Сабіщенко Олександр Володимирович
магістр
Гераймович Віолета Леонтіївна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри глобальної економіки
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ОСНОВНІ ЗАСАДИ ЛІЗИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ ЯК ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ В УКРАЇНІ

Лізингові операції можна відносити до вигідних фінансових механізмів залучення коштів, які є альтернативою борговим цінним паперам та банківському кредитуванню, і можуть стати ефективним механізмом фінансової кредитної підтримки малого бізнесу і виробників сільськогосподарської продукції.

Метою дослідження є аналіз лізингових операцій, як фінансового механізму залучення коштів, і зокрема, для фінансування підприємств малого та середнього бізнесу сільськогосподарської галузі, на впровадження інновацій та оновлення виробництва.

Лізинг – це вид цивільно-правових відносин, що виникають із договору фінансового лізингу (Рис.1) [1].

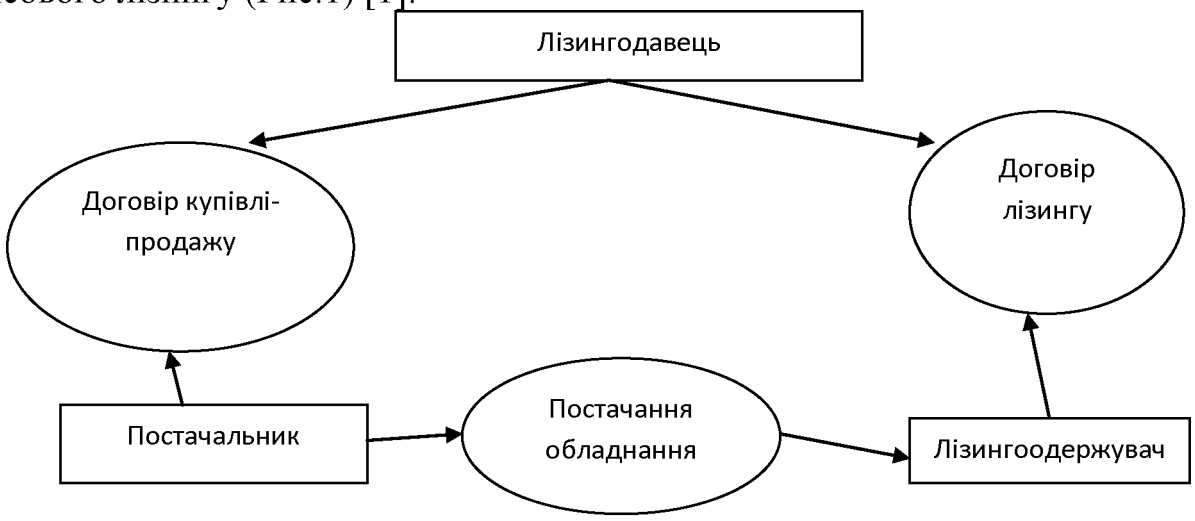


Рис. 1. Принципова схема лізингу

Лізингові схеми залучення капіталовкладень у виробництво є одним з потужних джерел матеріально-технічного переоснащення підприємств, оскільки дозволяють отримати в експлуатацію основні засоби виробництва на умовах поступової сплати коштів [4].

Розмір лізингових платежів має бути економічно обґрунтованим, забезпечуючи лізингодавцю певний прийнятний рівень дохідності, а лізингоотримувачу – прийнятний рівень витрат.

Сільське господарство є одним із найбільших споживачів лізингових послуг. Вартість договорів фінансового лізингу у сільському господарстві станом на 30.03.2016 склала 6 766,4 млн. грн., або на 23% менше, ніж за аналогічний період минулого року (табл. 1).

Таблиця 1

Вартість договорів фінансового лізингу в Україні за галузями у 2015-2016 р.р., млн. грн

Назва галузі	Станом на 30.06.2015	Станом на 30.06.2016	Темпи приросту (30.06.2016/30.06.2015)	
			абсолютний, +,-	відносний, %
Будівництво	1587,1	1224,9	-362,2	-22,8
Добувна промисловість	1724,3	1776,3	52,0	3,0
Легка промисловість	58,4	33,1	-25,3	-43,3
Машинобудування	320,2	344,8	24,6	7,7
Металургія	139,1	88,6	-50,5	-36,3
Сільське господарство	8783,0	6766,4	-2016,6	-23,0
Сфера послуг	1090,4	1005,5	-84,9	-7,8
Транспорт	35291,8	7952,4	-27339,4	-77,5
Харчова промисловість	878,3	566,8	-311,5	-35,5
Хімічна промисловість	138,2	132,3	-5,9	-4,3
Медичне обслуговування	27,4	20,5	-6,9	-25,2
Комп'ютерна та телекомунікаційна сфера	13,1	49,0	35,9	274,0
Переробна промисловість	115,7	66,1	-49,6	-42,9
Інше	5971,5	4970,8	-1000,7	-16,8
Всього	56138,5	24997,3	-31141,0	-55,5

Головна відмінність вітчизняного лізингу для села від західного полягає в тому, що основним інвестором виступає держава, надаючи НАК "Укрaгролізинг" бюджетні кошти на певний термін. Компанія ж, придбаваючи й передаючи сільськогосподарські машини у фінансовий лізинг, повертає кошти до бюджету, регулярно збираючи лізингові платежі з лізингоотримувачів. Сільськогосподарська техніка й обладнання передаються терміном на п'ять-сім років. При цьому плата за користування коштами

дорівнює 7 відсоткам від невідшкодованої суми, що у перерахунку на 5 років становить лише 2,8 відсотка річних від первісної вартості [2].

Для розвитку лізингових операцій слід впроваджувати стимулювання та державну підтримку лізингу в Україні, зокрема щодо продовження відшкодування вартості сільськогосподарської техніки, переданої суб'єктам господарювання на умовах фінансового лізингу, що сприятиме розширенню ринків збуту продукції, а також розвитку і оновленню виробничої бази.

Список використаної літератури

1. Закон України "Про фінансовий лізинг" (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1998, N 16, ст. 68.

2. Про фінансовий лізинг. Офіційний сайт ПАТ "Украгролізинг" [Електронний ресурс] http://www.ukragroleasing.com.ua/index.php?/istoriya-rozvitku-lizingu-v-ukrayini.html

3. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. Офіційний сайт. [Електронний ресурс] http://nfp.gov.ua/files/DepFinMon/FK_2%20кв_2016.pdf

4. Поняття лізингу та методи розрахунку лізингових платежів. "Студопедія". [Електронний ресурс] http://www.studopedia.com.ua/1_60075_ponyattya-lizingu-ta-metodi-rozrahunku-lizingovih-platezhiv.html

Сазонова Елла Віталіївна, ст.гр.ЕП-41 ХНУБА
Янченко Наталія Вікторівна, к.е.н., доцент кафедри економіки ХНУБА,

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Підтримка становлення та розвитку малого бізнесу (МБ) в Україні є одним з визначних пріоритетів державної політики з перших років економічних реформ. Вагома роль малих і середніх підприємств у забезпеченні конкурентного середовища, гнучкості національної економіки, зайнятості та доходів населення здобула широке визнання на всіх рівнях та знайшла свій вияв у здійсненні спеціальних заходів державної політики щодо підтримки розвитку малого бізнесу в Україні.

Світова практика переконливо свідчить, що навіть у країнах з розвинутою ринковою економікою малий бізнес впливає на розвиток народного господарства, рішення соціальних проблем, збільшення чисельності зайнятих робітників. По чисельності працюючих, по обсягу вироблених і реалізованих товарів, виконаних робіт суб'єкти малого підприємництва в

окремих країнах відіграють ведучу роль. Як правило, розвиток малого бізнесу є умовою рішення наступних проблем:

— формування конкурентних ринкових відносин, що сприяють кращому задоволенню потреб населення і суспільства;

— підвищення якості товарів, робіт, послуг;

— наближення виробництва товарів і послуг до конкретних споживачів;

— сприяння перебудови економіки. Малий бізнес додає економіці гнучкість, мобільність;

— залучення особистих засобів населення на розвиток виробництва.

Аналізуючи підприємницьке середовище, можна виділити ряд причин, що гальмують розвиток малого підприємництва.

По-перше, складне економічне становище, що панує в країні: інфляція, спад виробництва, розрив господарських зв'язків, високий рівень відсоткових ставок, слабка правова захищеність підприємців.

По-друге, низький рівень організаційно-економічних і правових знань підприємців, відсутність належної ділової етики, господарської культури як у малому бізнесі, так і в державному секторі.

По-третє, надмірний податковий тиск і обтяжлива система звітності.

По-четверте, не відпрацьованість організаційних і правових основ для регулювання розвитку бізнесу на регіональному рівні.

По-п'яте, збільшення адміністративних бар'єрів (реєстрація, ліцензування, сертифікація, системи контролю і дозвільної практики, регулювання орендних відносин тощо).

По-шосте, відсутність реальних та дієвих механізмів фінансово-кредитної підтримки. Невпевненість підприємців у стабільності умов ведення бізнесу.

Стає необхідність комплексного вирішення завдань підтримки МБ в Україні, яке може бути успішно розв'язане лише на основі тісного взаємозв'язку заходів, що охоплюють питання регулювання загального макроекономічного середовища, фінансової та майнової підтримки МБ, формування цільових інституційних та ринкових структур, ліквідації бюрократичних перепон, забезпечення безпеки підприємництва тощо. На найвищому державному рівні має бути чітко визначено, яка саме роль відводиться МБ у державній стратегії, а також відображено ступінь розуміння державою цієї ролі. Сьогодні, хоча загалом макроекономічна роль МБ вказана в основних документах досить коректно, на практиці це визначення не знаходить повного відображення в діях органів влади (насамперед Держпідприємництва) та виступах урядовців. З свого боку, представники малого бізнесу та їх асоціації також мають усвідомити своє місце в соціально-економічній системі, щоб мати моральне право вимагати для себе державної підтримки.

Головними факторами активізації діяльності МБ мають бути:

- зниження ставок та зменшення кількості податків;

- спрощення доступу до кредитів;
- забезпечення стабільності законодавства;
- вдосконалення законодавчої бази підприємництва;
- впорядкування процедури проведення перевірок;
- реформування системи ліцензування;
- реформування процесу сертифікації;
- вдосконалення системи реєстрації.

Враховуючи світовий досвід та об'єктивну необхідність розвитку малого підприємництва, його місце і роль у національній економіці, державна політика розвитку малого підприємництва в Україні повинна спрямовуватися на:

- забезпечення економічного зростання за рахунок діяльності суб'єктів малого підприємництва;
- удосконалення структури малого підприємництва;
- заохочення розвитку малих підприємств у пріоритетних галузях та на пріоритетних напрямах;
- підвищення технологічного рівня виробництва МБ;
- створення конкурентного середовища;
- залучення суб'єктів малого підприємництва до розв'язання соціально-економічних проблем на державному та регіональному рівнях;
- створення нових робочих місць, зменшення безробіття;
- сприяння максимальній самореалізації громадян у підприємницькій діяльності;
- формування нової соціальної верстви власників і підприємців.

Таким чином, реалізація державної політики підтримки розвитку малого бізнесу в Україні має розглядатися як комплекс взаємоузгоджених заходів у сфері правової, адміністративної, регуляторної, макроекономічної та інституційної політики. Спроби реалізувати це завдання за рахунок часткових заходів ведуть до деформування структури малого і середнього підприємництва в Україні та у довгостроковій перспективі приречені на невдачу. За своєю природою малий бізнес орієнтований на оптимізацію використання доступних ресурсів. Саме структурою доступних ресурсів визначаються як галузева структура малого і середнього бізнесу, так і особливості його функціонування. Налагодження дієздатної мережі малих і середніх підприємств в економіці, яка потерпає від серйозного дефіциту фінансових, споживчих, інформаційних, організаційних та інших ресурсів, неможливе. "Економіка зростання", яка має бути сформована в Україні найближчим часом, повинна спиратися на активне залучення малого бізнесу до подолання ресурсних дефіцитів та формування політики його розвитку в рамках загальної стратегії економічного зростання і структурних перетворень національної економіки. Розвиток різних форм малого бізнесу, кількісний і якісний їхній ріст, дозволяють сподіватися, що в доступному для огляду майбутньому цей сектор господарювання буде розвиватися й у нашій країні.

Тим більше, що малий бізнес не завжди використовується повною мірою як у збільшенні обсягів виробництва, так і в підвищенні його ефективності і збалансованості. Малий бізнес може з'явитися тим локомотивом, що приведе до оздоровлення економіки в цілому. Але для цього необхідна державна політика уряду, спрямована на розширення і розвиток підприємств малого бізнесу в нашій країні.

Список використаної літератури

1. Іваницький Д. Фінансова безпека і малий бізнес //Фінанси України. - 2003. - № 8. - С.41-44;
2. Волик В. Становлення малого та середнього бізнесу в Україні і його наслідки //Актуальні проблеми економіки. - 2002. - № 8. - С. 22-25;
3. Парсяк В. Проблеми малого бізнесу //Економіка України. - 2000. - № 4. - С. 83-85.

Сафронова Людмила Петрівна
магістрант
Науковий керівник:
Гаєвська Л. М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЕРЖАВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринку, що характеризуються нестабільністю попиту і пропозиції, цін на товари і фактори виробництва, жорстокою конкуренцією й іншими макроекономічними і мікроекономічними факторами, однією з головних задач керівництва підприємства є формування та оцінка поточних і перспективних можливостей державних підприємства, тобто його потенціалу. Це викликано необхідністю забезпечити ефективне функціонування на ринку і зміцнення конкурентної позиції [1, с.7]

У системі організації виробничого потенціалу державного підприємства ресурси підприємства визначають фактори виробництва («вхід» системи); виробничий процес забезпечує випуск конкурентоспроможної продукції, що

реалізується в валовому доході («вихід» системи); зворотний зв'язок необхідний для відтворення компонентів системи; зовнішнє середовище характеризується сукупністю факторів, що впливають на прибутковість підприємства [2, с.152].

В організації виробничого потенціалу державного підприємства значну роль займають ресурси, що створюють «вхід» системи. Теоретичні засади формування ресурсів підприємства в науковій літературі розроблені ґрунтовно.

Склад та структуру ресурсів становлять трудові, матеріальні ресурси, основні виробничі фонди, фінансові, інформаційні та організаційні ресурси. Вибір найбільш важливих ресурсів з величезної їхньої кількості є складною проблемою, що існує в науці. Трудові ресурси визначають економічно активну, працездатну частину населення, що володіє фізичними і культурно - освітніми можливостями для участі в економічній діяльності державного підприємства.

Технологічна база державного підприємства прямо залежить від інноваційного ресурсу підприємства, сприйняття досягнень науково-технічного процесу, розвитку наукомістких виробництв.

Стан основних виробничих фондів державного підприємства залежить від фізичного і морального зношуванням засобів виробництва, що зумовлює втрату продуктивності та погіршення інших техніко-економічних показників виробничого потенціалу підприємства. Відтворення основних виробничих фондів, забезпечує стабілізацію виробничих можливостей підприємства за умови простого відтворення, а зростання цих можливостей шляхом інвестування виробництва забезпечує поширене відтворення виробничого процесу.

Складність оптимізації механізмів реалізації виробничого потенціалу підприємства зумовлена необхідністю визначення ефективності як технологічних процесів з одного боку, так і ефективності управління з іншого, як основних факторів, від яких залежить не лише отримання корисного результату діяльності, а й сама можливість виробництва. Оцінка джерел досягнення такого результату повністю відповідає ресурсному підходу визначення і оцінки виробничого потенціалу підприємства. Такими джерелами виступають ресурси підприємства, що піддаються як кількісній, так і якісній оцінці. Джерела формування виробничого потенціалу підприємства зображено на рис 1. [3, с.73].

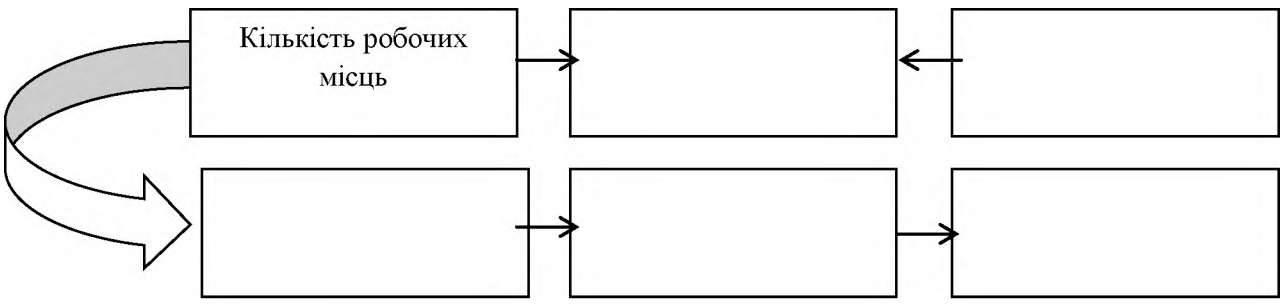


Рис. 1. Джерела формування виробничого потенціалу підприємства

Для оцінки виробничого потенціалу підприємства використовують такі основні підходи: ресурсний, процесно-орієнтовний, витратний. При цьому розраховують систему показників стану і ефективності використання основних засобів.

Відповідно до класифікації основних підходів до оцінки показники стану й ефективності використання основних засобів можна об'єднати в три групи, які характеризують: забезпечення підприємства основними засобами, стан основних засобів, ефективність використання основних засобів.

Основні показники, які характеризують використання виробничого потенціалу державного підприємства представленні у таблиці 1. [4, с.80-82].

Таблиця 1.

Показники розрахунку виробничого потенціалу державного підприємства

Назва показника	Формула для розрахунку
Фондовіддача	Фв = П/Ф
Фондомісткість	Фм = Ф/П
Фондоозброєність	Фо = Ф/Чп
Матеріаловіддача	Мо = Рп/Мв
Матеріаломісткість	Ме = Мв/Рп
Коефіцієнт зносу	Кз = Зо/Фк
Коефіцієнт придатності основних засобів	Кп = 1 – Кз
Коефіцієнт оновлення	Ко = Фу/Фк
Коефіцієнт вибуття	Кв = Фв/Фк
Коефіцієнт загальної ліквідності	Кзл = Оба/Пз
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Кпл = (Оба – З) / Пз
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Кал = Га/Пз
Коефіцієнт рентабельності активів	Кра = ПдоО/Вб
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Крвк = Чп/Вк
Коефіцієнт автономії	Ка = Вк/Вб

Отже, загальна вартість виробничого потенціалу підприємства визначається як сума вартості фондового потенціалу, потенціалів нематеріальних активів та технологічного персоналу [4, с.84]:

$$В_п = Ф_п + О_п + Н_п + П_{тп}$$

Ефективне використання виробничого потенціалу підприємства залежить від функціонування механізму управління ним. Під механізмом управління виробничим потенціалом підприємства розуміється сукупність процесів, прийомів, методів, підходів, спрямованих на досягнення ефективності його використання.

Під процесом управління виробничим потенціалом розуміється планування, організацію та контроль використання всіх його складових, а також розподіл працівників по виробничим ланкам відповідно до їх рівня підготовки та освітньо-кваліфікаційного рівня, мотивація до повного розкриття їх трудового потенціалу.

Під прийомами управління виробничим потенціалом підприємства розкривається сукупність інструментів, що використовують в процесі управління ним: систему нарахування амортизації, систему постачання сировини та збуту готової продукції, систему мотивації персоналу та інші.

Якщо виробничий потенціал підприємства високий - це свідчить, що підприємство раціонально використовує наявні ресурси і ефективно організовує процес виробництва. На жаль, часто при високому рівні наявних ресурсів, підприємство не вміє налагодити гармонійного процесу роботи, або ж навпаки, що знижує виробничий потенціал підприємства і загалом незадовільно позначається на фінансово-економічному стані суб'єкта господарювання [5].

Тому кожне підприємство прагне, щоб його виробничий потенціал був високий і шукає шляхи його підвищення. Шляхи нарощування виробничого потенціалу - це вся сукупність рушійних сил і чинників, що ведуть до збільшення рівня виробничого потенціалу.

Список використаної літератури

1.Краснокутська, Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник / Н. С. Краснокутська.– Харків: ХДУХТ, 2004. - 287 с.

2. Купчак П. М. Харчова промисловість України в умовах активізації інтеграційних процесів : монограф. / Купчак П. М. – К., 2009. – С.152.

3.Горяча О. Л. Структура та відтворення виробничого потенціалу підприємства / О. Л. Горяча // Формування ринкових відносин в Україні : Зб. наук. праць. – К., 2006. – С. 359.

4.Гаєвська Л.М., Чернова О.В. Виробничий потенціал – основа розвитку підприємства / Л.М. Гаєвська, О.В. Чернова // ЖДТУ – 2011. - №1 – с. 184 – 185

5. Шляхи нарощування виробничого потенціалу підприємства. [Електронний ресурс]. – URI: http://pidruchniki.com/1672100553565/ekonomika- Назва з екрану.

Сахнюк Олена Олександрівна
студентка
Науковий керівник:
Ткаченко Володимир Валентинович
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

СУЧАСНА ПРАКТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВЕНЧУРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасному світі беззаперечно доведено, що інвестиції в розробку і освоєння інновацій найбільш вигідні. Вони гарантують найвищу віддачу, закладаючи надійний фундамент для підтримання науково-технічного потенціалу на необхідному рівні, забезпечуючи тим самим конкурентоспроможність країни у світовому розвитку.

Досвід розвинених країн світу свідчить, що важливою формою інвестицій в розвиток інноваційної сфери є венчурний капітал. Ефективність ринкової економіки в сучасних умовах багато в чому залежить від розвиненості її фінансових можливостей. Трансформація ринкових відносин потребує використання нових форм фінансового капіталу, однією з яких постає венчурне фінансування.

Питаннями дослідження венчурного підприємництва в інноваційній сфері займалось багато зарубіжних і вітчизняних вчених: Л. Антонюк, Б. Бішоп, Д. Брофі, Д. Гарнер, В. Герке, Р. Дамари, Д. Зінгер, Р. Конвей, Д. Музика, Р. Оуен, М. Пітерс, А. Поручник, Д. Сміт, А. Соломон, В. Стівенс, Д. Уолл, В. Хаарман, Д. Хайнінг, Р. Хізрич, В. Хорсман, Ю. Яковець, та інші. У наукових публікаціях цих та інших вчених основна увага приділяється еволюції розвитку венчурного підприємництва, ролі венчурних інвестицій в національних та глобальних інноваційних процесах, закордонному досвіду формування і використання венчурного капіталу, проводиться аналіз проблем його застосування в Україні.

Метою статті є аналіз сучасної практики організації діяльності венчурних підприємств, а також дослідження умов формування та поширення венчурного інвестування в світовій економіці як основного інструменту фінансування інноваційної діяльності.

Венчурна інноваційна діяльність – інноваційна діяльність, тісно пов'язана із розвитком науково – технічного прогресу, характеризується значним комерційним ризиком і довгостроковими фінансовими вкладеннями. Венчурні фірми здебільшого представлені малими підприємствами, які спеціалізуються у сфері наукових досліджень, створення і впровадження інновацій, організація яких пов'язана з підвищеним ризиком [1, с. 40]. В

більшості індустріально розвинених країнах саме малі інноваційні підприємства формують важливу ланку загальної системи реалізації державної науково – технічної політики.

Діяльність венчурних підприємств призводить не тільки до підвищення науково – технічного рівня виробництва, вона активно впливає на динамічність розвитку усього господарського комплексу. Постаючи генераторами інноваційних ідей, які є основою науково – технічних проривів, венчурні фірми активно сприяють ефективному використанню інтелектуального потенціалу підприємств, залученню висококваліфікованих спеціалістів та повнішому розгортанню їхнього творчого потенціалу.

Основним осередком розвитку венчурної форми фінансування інновацій в сучасних умовах залишаються США, тоді як в Європі та Японії, де банківський капітал залишається активним інвестиційним ресурсом, венчурне фінансування розвинуто недостатньо. Причинами цього слугує нерозвиненість законодавства в цій сфері, яке обмежує конкуренцію і сприяє збереженню між компаніями традиційних неринкових відносин і зв'язків.

На сьогоднішній день існують два основних ринки венчурного капіталу, зосереджені в США і Канаді та Європі. За оцінками експертів обсяг загального світового ринку венчурного капіталу в 2014 році перевищив 100 млрд дол. США. Потік інвестицій представлених венчурними коштами тільки у 2015 році в США становив майже 10 млрд. дол. США, а на європейському континенті – майже 8 млрд. дол. США.

Основний напрямок використання венчурного капіталу – фінансування діяльності високоризикованих фірм, орієнтованих на інновації. Такі компанії, що стали відомими у світі своєю високотехнологічною, наукоємною продукцією та інноваційними підходами до ведення бізнесу, як Intel, Advanced Micro Deveces, Apple, Sun Microsystems, Seagate Technologies, Cisco Systems, 3 Com, Yahoo, Genentechi Biogen на початкових етапах свого розвитку фінансувались саме венчурним капіталом [3, с. 30].

Виступаючи новою функціональною формою фінансового капіталу, венчурне інвестування має ряд особливостей:

- фінансові кошти вкладаються у венчурний бізнес без гарантій з боку венчура;
- кошти надаються на безповоротній (безпроцентній) основі, тобто венчурний капітал розміщується не як кредит, а у вигляді паю в статутний фонд фірми;
- венчурний капітал надається порційно в залежності від фази (етапу) життєвого циклу компанії;
- цей інструмент інвестування пов'язаний зі значним ризиком, що компенсується можливістю отримання надприбутків;
- венчурні інвестори вимушені очікувати віддачі на вкладений капітал досить тривалий часовий лаг;

- повернення коштів венчурним фінансистам здійснюється в момент виходу цінних паперів на відкритий ринок і залежно від частки участі у наданні коштів;
- фінансова організація стає співвласником венчурної фірми, а надані кошти – внесок у статутний фонд підприємства, – часткою власних засобів останнього;
- венчурний фінансист інвестує не тільки кошти, а й свої управлінські здібності [2, с. 17 – 18; 4, с. 28].

Отже, як показує сучасна практика венчурне інвестування є специфічним різновидом фінансових вкладень у високотехнологічне виробництво, перспектива отримання значних прибутків у якому межує з високим ступенем ризикованості. Повністю уникнути загроз втрати вкладеного капіталу у венчурному фінансуванні практично неможливо, оскільки інновація та ризик виступають двома взаємозалежними категоріями: дуже важко передбачити, яке саме нововведення буде мати успіх на ринку, а яке не буде користатися попитом.

Впровадження венчурної діяльності та фінансування підприємств, особливо в умовах обмеженості інвестиційних ресурсів, – є передумовою переходу економіки країни на нову модель інноваційного розвитку.

Список використаної літератури

1. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія / А. М. Поручник, В.С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2015. – 394 с.
2. Поручник А.М. Венчурний капітал: зарубіжний досвід та проблеми становлення в Україні: монографія / Антонюк Л.Л. – К.: КНЕУ, 2016. – 172 с.
3. Ставицький О.В. Особливості розвитку інноваційної діяльності в Україні // Фондовий ринок, 2014. – № 1 – 2. – С. 28 – 32.
4. Юхименко В.В., Юхименко Т.В. Проблеми венчурного фінансування в Україні // Фондовий ринок. – 2013. – № 27. – 135 с.

Семенюк Любов Євгенівна,
студентка 6 курсу групи ПТМ-16-2,
ННІ економіки, оподаткування та
митної справи
Науковий керівник:
Ткаченко Володимир Валентинович,
к. е. н., доцент

УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ ПРОЕКТАМИ

На сьогоднішній день світ стикнувся з гострими проблемами соціального характеру в економічній, соціальній та екологічних сферах, що насамперед вимагають їх вирішення. В умовах світової економіки важливим напрямом є вдосконалення розвитку соціального підприємства. Соціальне підприємництво надає можливість вирішити ті проблеми, з якими держава не в змозі справитися, а також включення їх в економіку, які ставлять перед собою ціль не лише одержання прибутку, але й спрямування коштів на підтримку слабких груп населення, надання більше робочих місць та вирішення соціальних проблем країни. Кількість соціальних підприємств у всьому світі зростає, успішно вирішуючи проблеми з безробіттям, соціальним захистом та адаптацією в суспільстві. За складних умов та економічного стану в нашій країні, який обмежує можливості держави розв'язувати соціальні проблеми, розвиток соціального підприємства може стати шляхом пом'якшення гострих проблем. Все це ї обумовлює актуальність дослідження досвіду соціальних проектів .

Сучасні проблеми розвитку соціальних проектів присвячені праці таких вчених Єрмаков І. Є., Джонса Дж. К., С. Дугарова, Н. С. Коваленко [1, с. 5].

Метою роботи є висвітлення досвіду розвитку та функціонування соціальних проектів, як основного інструменту вирішення соціальних проблем.

Соціальне проектування - це науково-теоретична і одночасно практична діяльність по створенню проектів розвитку соціальних систем, інститутів, об'єктів на основі соціального передбачення, прогнозування та планування їх соціальних якостей і властивостей. Це дає можливості керувати соціальними процесами і є вираженням того нового, що характеризує тенденції соціального розвитку. Тому соціальне проектування пов'язане з інноваційною діяльністю і впровадженням соціальних інновацій [2, с. 416].

Розвиток соціальних проектів потрібне на сам перед державі. Адже основною їх метою є соціальний захист, тим самим знижуючи витрати держави на соціально незахищених людей.

Сутність соціального проекту має такі особливості: зміна стану; цілеспрямованість; неповторність; обмеженість у часі означає; обмеженість

ресурсів підкреслює; ініціатор проекту; замовник проекту; інвестор; управляючий проектом; контрактор проекту [3, с. 14-15].

Соціальні проекти класифікують за різними ознаками зокрема:

1. За характером запланованих змін проекти поділяють на:
- інноваційні проекти розглядають як систему взаємообумовлених та взаємопов'язаних заходів, спрямованих на досягнення інноваційних результатів, які мають соціально-культурне, народно-господарське, політичне значення.
- підтримуючі проекти, їх ще називають реанімаційними або реставраційними, спрямовані на зміцнення, збереження чи підтримку окремих культурних пам'яток, традицій, вирішення екологічних проблем.

2. За особливостями фінансування виокремлюють:
- інвестиційні
- спонсорські
- бюджетні
- благодійні
- змішані проекти.

3. За масштабами реалізації поділяють:
- Монопроекти не передбачають охоплення великої кількості людей, нескладні в аспекті організаційного менеджменту, здебільшого реалізуються на території одного чи кількох населених пунктів та не потребують значного фінансування;
- Мікропроекти найчастіше є формою прояву ініціативи окремої особи чи групи людей. Він реалізується переважно для обмеженої кількості осіб, може не вимагати зовнішнього фінансування, спеціального обладнання, реалізовуватися за рахунок наявних ресурсів;
- Мультипроекти - масштабні проблеми можуть вирішуватися в рамках мультипроектів.
- Мегапроекти - глобальні реформи в державі чи суспільстві найбільш доцільно проводити на базі концепції мегапроекту, який включає програми з багатьма
- взаємопов'язаними проектами, об'єднані загальними цілями.

4. За територіальною ознакою виокремлюють:
- національні
- міжрегіональні
- регіональні
- місцеві проекти [1, с. 10-13].

Етапи соціальних проектів:

Перший етап програмування - тут аналізується ситуація національного та галузевого рівнів для визначення проблем, обмежень і можливостей, які здійснюють вплив на розвиток співпраці. Мета цього етапу є узгодити і визначити цілі та галузеві пріоритети в процесі розробки соціального проекту.

Другий етап ідентифікація - визначається мета проекту та діяльність. Це передбачає:

а) зустрічі з різними представниками цільових груп населення;

б) аналіз проблемних питань, з якими стикаються представники цих групи;

в) призначення можливих шляхів подолання вказаних проблем.

Третій етап формулювання - ідея проекту оформлюється в операційний проектний план. Учасники проекту здійснюють аналіз ідеї самого проекту на предмет його реалізації та стабільності. Потім затверджуються рішення що до проекту та розпочинається пошук коштів для реалізації проекту.

Четвертий етап фінансування - проект розглядається та приймається рішення що до його фінансування. Укладається юридична угода про надання коштів згідно з видом діяльності, які будуть фінансуватися та реалізовуватися.

П'ятий етап впровадження - відбувається початок проекту та організовується діяльність для його реалізації.

Шостий етап оцінка - партнери та реалізатори проекту виявляють що було досягнуто та, які потрібно зробити висновки [4, с. 265-266].

Отже, соціальні проекти спрямовані на розвиток соціальних змін, забезпечуючи елементарні потреби людей. Воно повинно розвиватися не лише на якійсь одні місцевості чи регіоні, але й по всій країні в цілому. Соціальні проекти вирішуючи гострі соціальні проблеми у суспільстві, сприяючи не лише їх усуненню, але й якісно новому розвитку потенціалу населення.

Список використаної літератури

1. Безпалько О. В. Соціальне проектування / О. В. Безпалько. – Київ, 2010. – 5 с.
2. Курбатов В.И., Курбатова О.В. Социальное проектирование. – Учебное пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2011. – 416 с
3. Проектний аналіз./Відп. Ред. О.С.Москвін. —К.: Лібра, 2011 р. – 14-15 с.
4. Шкуро В. П. Підвищення якості реалізації соціальних / В. П. Шкуро. – 2015. – С. 265–266.

Серветник В'ячеслав Ігорович
студент
Науковий керівник:
Митяй Світлана Анатоліївна
ст.викладач кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

В нинішніх умовах господарювання зайнятість населення є надзвичайно важливим фактором у формуванні соціально-економічного становища країни в цілому і кожної людини окремо. Ринок праці є важливим сегментом ринкової системи держави, проблеми якого спричиняють значний вплив на всі її складові.

Сучасні процеси у сфері зайнятості на ринку праці України у більшій мірі зумовлені приватизацією державної власності і розвитком групової, приватної, групової та корпоративної власності, що у свою чергу потягнуло за собою реструктуризацію зайнятості та утворення нових сфер застосування праці у відповідності з вимогами ринку, вивільнення надлишкового персоналу, створення нових підприємств, використання кваліфікованої робочої сили тощо. У міру розвитку ринку праці утворюються умови для його існування на основі природних регуляторів в поєднанні з державним регулювання зайнятості. Як показали результати дослідження, в Україні у 2013-2016 рр. спостерігалась тенденція до зниження зайнятості населення майже на 4% з 60,2 до 56,3% (табл.1).

Таблиця 1.

Рівень зайнятості населення за статтю, місцем проживання та віковими групами, % до загальної кількості населення у 2013-2016 р.р.

	Усього	у тому числі за віковими групами, років							Працездатного віку
		15–24	25–29	30–34	35–39	40–49	50–59	60–70	
				2013					
Усе населення	**60,2**	**32,5**	**73,7**	**78,2**	**81,2**	**80,4**	**63,4**	**23,9**	**67,3**
жінки	55,3	28,3	65,2	71,4	77,0	79,5	58,0	21,5	63,7
чоловіки	65,6	36,5	81,9	84,9	85,5	81,4	70,1	27,5	70,8
міські поселення	58,8	29,1	74,4	79,5	82,2	80,7	61,0	16,5	67,1
сільська місцевість	63,4	39,3	71,8	74,6	78,7	79,8	69,3	41,3	67,6
				2014					
Усе населення	**56,6**	**29,5**	**71,6**	**74,9**	**77,9**	**78,4**	**59,4**	**15,5**	**64,5**
жінки	51,9	25,2	62,7	67,7	74,6	78,7	54,6	13,8	61,1
чоловіки	61,8	33,6	80,2	81,9	81,2	78,2	65,3	18,1	67,8
міські поселення	56,9	28,4	74,2	76,6	78,9	79,3	58,6	12,5	65,5

сільська місцевість	55,9	31,8	65,2	69,8	75,4	76,6	61,2	22,9	62,0
2015									
Усе населення	**56,7**	**28,2**	**71,8**	**74,3**	**79,1**	**78,6**	**61,7**	**14,5**	**64,7**
жінки	51,7	24,8	63,1	67,1	75,1	77,8	56,4	12,2	60,9
чоловіки	62,2	31,3	80,1	81,3	83,1	79,4	68,2	17,9	68,7
міські поселення	57,4	25,6	74,4	76,4	80,5	80,0	62,1	13,1	66,0
сільська місцевість	55,1	32,7	66,3	68,6	75,7	75,7	60,9	17,5	62,0
2016									
Усе населення	**56,3**	**27,0**	**69,8**	**74,7**	**78,4**	**78,2**	**62,4**	**14,3**	**64,2**
жінки	51,6	24,4	60,8	67,2	74,3	77,7	57,8	12,3	60,2
чоловіки	61,6	29,6	78,4	81,9	82,5	78,8	68,1	17,3	68,4
міські поселення	57,0	24,1	71,5	77,0	80,0	79,6	63,2	12,9	65,5
сільська місцевість	54,9	32,1	66,3	68,5	74,5	75,5	60,9	17,5	61,6

Як показують дані таблиці 1. найвищий рівень зайнятості спостерігається у групі осіб віком 35-49 років, а найнижчий серед осіб 60-70 вік та молоді 15-24 років.

Оскільки молодь - це головний стратегічний ресурс будь-яких економічних зростань держава, розробляючи шляхи становлення і розвитку суспільства, повинна орієнтуватись в першу чергу на молодь 20-35 років, нові знання та потенціал примножені досвідом попередніх поколінь можуть перетворитись в прогресивний розвиток економіки. У табл. 2 наведено показники рівня безробіття населення за статтю, віковими групами та місцем проживання.

Таблиця 2

Рівень безробіття населення (за методологією МОП) за статтю, віковими групами та місцем проживання у 2016 році

	Усього	у тому числі за віковими групами, років							Працездатного віку
		15–24	**25–29**	**30–34**	**35–39**	**40–49**	**50–59**	**60–70**	
2013									
Усе населення	**7,3**	**17,0**	**8,9**	**6,8**	**6,2**	**6,3**	**5,2**	**–**	**7,8**
жінки	6,3	16,2	7,7	6,2	6,1	5,4	4,6	—	7,0
чоловіки	8,1	17,5	9,8	7,3	6,4	7,3	5,8	—	8,5
міські поселення	7,2	18,5	8,8	6,5	6,1	5,9	5,1	—	7,6
міські поселення	7,3	14,6	9,0	7,7	6,6	7,2	5,4	—	8,2
2014									
Усе населення	**9,3**	**23,1**	**11,1**	**9,3**	**8,1**	**7,3**	**6,0**	**0,1**	**9,7**
жінки	7,5	22,4	9,7	7,6	6,9	5,6	4,4	0,1	8,0
чоловіки	10,8	23,7	12,2	10,6	9,3	9,1	7,6	0,0	11,2
міські поселення	9,2	23,2	10,4	9,1	8,2	7,4	6,2	0,1	9,5
міські поселення	9,5	23,1	13,1	9,7	8,0	7,1	5,6	0,0	10,2
2015									
Усе населення	**9,1**	**22,4**	**11,2**	**9,7**	**7,2**	**7,6**	**6,3**	**0,1**	**9,5**
жінки	8,1	21,9	10,8	8,4	6,7	7,1	4,6	0,0	8,5
чоловіки	10,1	22,7	11,4	10,8	7,7	8,1	7,9	0,1	10,4
міські поселення	9,0	23,5	10,8	9,4	7,5	7,6	6,3	0,1	9,3
міські поселення	9,4	20,7	12,0	10,8	6,6	7,6	6,4	—	9,9
2016									

Усе населення	**9.3**	**23,0**	**11,7**	**8,9**	**8,0**	**7,7**	**7,3**	**0,1**	**9,7**
жінки	7,7	21,5	10,2	7,6	7,0	6,3	5,2	–	8,0
чоловіки	10,8	24,0	12,8	10,0	8,9	9,1	9,3	0,2	11,2
міські поселення	9,2	23,7	11,5	8,6	8,0	7,8	7,2	0,1	9,5

Як видно з даних таблиці 2 у 2016 році рівень безробіття становив 9,3% при цьому у працездатному віці 9,7%, що є негативним адже показник безробіття зростає з 2013 року з малим падінням у 2015 році, в тих умовах, що в Україні існують можливості для підвищення рівня зайнятості наприклад через: запровадження гнучких форм зайнятості, розвиток малого бізнесу та приватного підприємства. Вважаємо, що для поступового вирішення проблеми зайнятості необхідне кваліфіковане державне втручання з метою створення робочих місць, підвищення мобільності робочої сили, стабілізації ринку праці. Державне втручання у ринок праці має бути направлене на допомогу у працевлаштуванні неконкурентоспроможним верствам населення, а перш за все молоді, рівень безробіття серед якої найвищий.

У таблиці 3 наведено показники попиту і пропозиції робочої сили за професійними групами у 2015-2017 рр.

Таблиця 3

Попит і пропозиція робочої сили в Україні за професійними групами у 2015-2017 роках

	Потреби у роботодавців у працівниках для заміщення вільних робочих місць (вакантних посад), тис. осіб			Навантаження зареєстрованих безробітних на 10 вільних робочих місць(вакантних посад), осіб		
	2015	**2016**	**2017**	**2015**	**2016**	**2017**
Усього	25,9	36,0	66,5	189	108	50
законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери (управителі)	1,9	2,7	4,5	352	239	123
професіонали	3,8	4,7	6,5	113	71	44
Фахівці	2,8	3,9	6,0	173	94	52
технічні службовці	1,2	1,6	3,3	256	124	54
працівники сфери торгівлі та послуг	4,2	4,8	10,1	176	114	52
кваліфіковані робітники сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства	0,3	0,4	1,0	740	552	134
кваліфіковані робітники з інструментом	5,2	7,9	13,4	94	45	21
робітники з обслуговування, експлуатації та контролювання за роботою технологічного устаткування, складання устаткування та машин	3,8	5,8	11,8	219	122	48
найпростіші професії	2,7	4,2	9,9	262	127	47

За даними таблиці 3 бачимо, що з року в рік найбільшим залишається попит на кваліфікованих робітників з інструментом, а найменшим на кваліфікованих робітників сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства. Бачимо, що кількість осіб на 10 робочих місць зменшується і

навіть обігнали показники 2013-2015 рр. Навантаження на 10 вільних місць зменшилось з 189 осіб до 50 осіб, або 73,55%.

Слід вказати, що будь-який дисбаланс, який утворюється на ринку праці, може стати причиною зростання соціального невдоволення. Саме тому необхідно оцінювати реальні недоліки які можуть з'явитись в процесі поглиблення реформ в умовах існування неконкурентної економіки, а також надзвичайно важливим чинником збалансування ринку праці є утворення висококваліфікованих робочих місць з відповідною оплатою праці.

Для вирішення проблем збалансування ринку праці в Україні слід реалізувати шлях посилення державної підтримки ринку праці а саме - розробку та реалізацією програм сприяння зайнятості на всіх рівнях, стимулювання реалізації трудового потенціалу, вдосконалення нормативно - правової бази у сфері ринку праці, постійне підвищення якості робочої сили, сприяння розвитку самозайнятості яка потягне за собою створення робочих місць а також розвиток соціального захисту працюючих.

Список використаної літератури

1. Офіційний сайт Держстату України [Електрон. Ресурс]. Ринок праці.
2. Колективна монографія «Проблемні питання реформування соціальної сфери»/ за ред. проф. Т.М. Кір'ян.-К.:2012.-368 с.

Швайка Л.А. «Державне регулювання економіки». Навчальний посібник.-вид. «Знання».-К.:2006.-435 с.

3. Савченко В.А. Підвищення ефективності навчання персоналу на промислових підприємствах.-Т.2.-К.,2008.-С.266-275.

Сич Діана Станіславівна
студентка
Науковий керівник
Лаптєва Вікторія Василівна
к.е.н., старший викладач кафедри
економіки та фінансів підприємства
Київський національний
торговельно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

У безперервному розвитку сучасної світової економіки особливого значення набувають інновації. Впровадження у виробництво новітніх

досягнень науки і техніки допомагає підприємствам підвищувати свою конкурентоспроможність. Тенденції сучасного ринку дуже мінливі і щоб відповідати їх вимогам виробничі програми малих і середніх підприємств повинні швидко пристосовуватись до них, постійно вдосконалюючись і змінюючись. Саме тому для збільшення свого обороту та росту виробництва підприємствам необхідно впроваджувати у виробничий процес інновації. Без підвищення активності інноваційних процесів та впровадження інноваційної продукції в Україні, наша країна і надалі буде відставати в розвитку в багатьох галузях і сферах виробництва порівняно з країнами членами ЄС.

Проблемам інноваційної діяльності присвячені праці багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема: О.І. Амоша, О. О. Ільченко, В. Александрова, Ю. Бажал, В. Беренс, Г. Бірман, В. Геєць, Н. Гончарова,О. Кузьмін та інші.

Стан інноваційної діяльності в Україні більшістю експертів-науковців визначається як кризовий і такий, що не відповідає сучасному рівню інноваційних процесів у промислово розвинених країнах. [1].

Згідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» , державна фінансова підтримка може надаватися при створенні бізнес-інкубаторів, бізнес-центрів, центрів трансферу технологій, технологічних парків, інноваційних центрів та інших суб'єктів господарювання всіх форм власності, що реалізують в Україні інноваційні проекти, і підприємств всіх форм власності, які мають статус інноваційних [2].

В 2010 році Європейським Союзом було схвалено Стратегію для розумного, сталого та всеохоплюючого зростання «Європа - 2020», одним з пріоритетів якої встановлено зростання економіки, що ґрунтується на знаннях та інноваціях.

Основними принципами державної інноваційної політики є: орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України; створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу; забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності; ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності, підтримка підприємництва у науково-виробничій сфері; здійснення заходів на підтримку міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок; фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності; підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності та інше [2].

Важливим показником, що характеризує стан інноваційної сфери в країні, є глобальний інноваційний індекс. В 2015 році Україна посіла 64 місце серед 141 досліджуваної країни, набравши 36,45 балів зі 100 можливих (2014 р. - 63 серед 143 країн). Україна незначно, але покращила свої позиції за 5

підіндексами: інституції, людський капітал, бізнес-досвід, ринкові показники, творчість [3].

Фактори, що стримують інноваційну діяльність вітчизняних підприємств відображено в таблиці 1 [4, с.103-104].

Як бачимо, основними проблемами вітчизняних підприємств сьогодні є нестача власних коштів та недостатня фінансова допомога держави.

Таблиця 1.

Фактори стимулювання інноваційної діяльності вітчизняних підприємств

Фактор	**Частка підприємств, %**
Нестача власних коштів	83,0
Недостатня фінансова допомога держави	56,6
Великі витрати па нововведення	55,9
Високий економічний ризик	38,9
Недосконалість законодавчої бази	37,7
Тривалий термін окупності нововведень	34,6
Відсутність коштів у замовників	31,7
Нестача інформації про нові технології	19,5
Відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами та науковими організаціями	18,5
Нестача інформації про ринки збуту	18,3
Відсутність кваліфікованого персоналу	17,2
Відсутність попиту на продукцію	16,0
Несприйнятливість підприємства до нововведень	14,5

Основні завдання, які потрібно вирішити для сприяння розвитку інноваційних процесів в Україні:

- Удосконалити податкове законодавство та механізми його застосування.
- Створити законодавчу базу, яка стимулюватиме використання інновацій в реальному секторі економіки.
- Розробити систему мотивацій для національного та іноземного інвестора, в тому числі за рахунок податкових пільг, поширити практики надання кредитів інноваційно-активним підприємствам .
- Вдосконалити інфраструктури інноваційної діяльності.
- Сприяти підготовці висококваліфікованих кадрів.
- Замістити імпортну продукцію на ринку внутрішнім інноваційним продуктом, поширювати його за кордоном.

Отже, в результаті проведених досліджень виявлено ряд факторів, що гальмують розвиток інноваційної діяльності підприємств в Україні. Серед основних проблем найбільше виділяються дефіцит власних фінансових ресурсів підприємств та слабка державна підтримка, незадовільна податкова система та відсутність кваліфікованих кадрів. Попри всі перешкоди, Україна має значний потенціал для розвитку інноваційної діяльності. Дотримання вище вказаних заходів сприяння розвитку інновацій дасть можливість сформувати

сприятливий інноваційний клімат, задіяти всі необхідні механізми та стимули для підвищення зацікавленості підприємств у впровадженні наукомістких технологій та вивести інноваційну діяльність нашої країни на якісно новий рівень.

Список використаної літератури

1. Фатенок–Ткачук А. О. Деякі аспекти обліку інноваційної діяльності [Електронний ресурс] / А.О. Фатенок – Ткачук, В.М. Пронь. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2010_29_1/statti/12.htm

2. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV / Верховна Рада України. Київ: Парлам. вид-во, 2002. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15

3. Аналітична довідка Стан розвитку науки і техніки, результати наукової, науково-технічної, інноваційної діяльності, трансферу технологій за 2015 рік. Київ 2016. – Режим доступу: http://mon.gov.ua/content/Діяльність/Наука/2-3-ad-kmu-2015.pdf

4. Інноваційний менеджмент: підручник / Т.О. Скрипко. — К. : Знання, 2011. — 423 с.

Сіліч Володимир Сергійович
студент 6 курсу, спеціальності
«Фінанси, банківська справа та страхування»,
наук. керівник: д.е.н. Бєлікова О.Ю.
Київський університет ринкових відносин

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПрАТ «АВК»

Ефективність фінансово-економічного розвитку будь-якого суб'єкта господарювання нерозривно пов'язана із підвищенням інвестиційної привабливості сучасного підприємства як для залучення іноземних інвестицій, так і для внутрішнього перерозподілу інвестиційних ресурсів.

Для такого великого підприємства, як ПрАТ «АВК», аналіз інвестиційної привабливості та вартості особливо актуальний. Адже ПрАТ «АВК» є одним з найбільших виробників та експортерів кондитерських виробів в Україні, і саме тому керівництву уважно треба слідкувати за своїми фінансовими показниками.

Проаналізувавши ринок кондитерських виробів України, можна дійти висновку, що у натуральному виразі виробництво зменшилось (рис. 1), хоча у той же час показники у грошовому виразі збільшились (рис. 2).

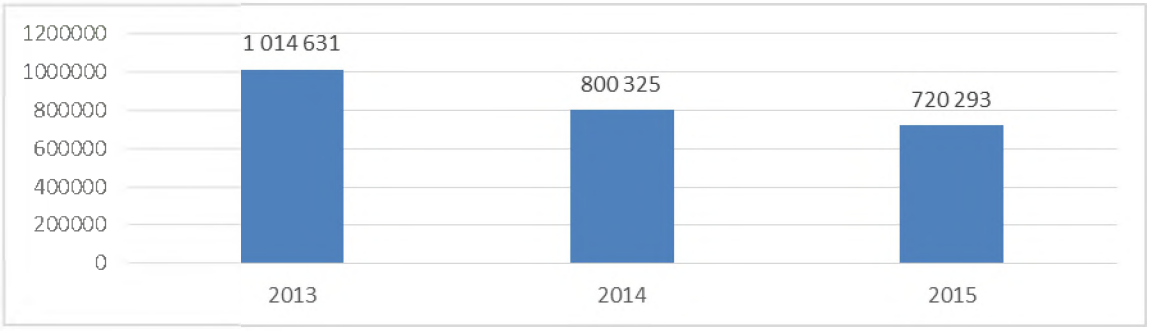


Рис. 1. Виробництво кондитерських виробів в Україні, тонн [2]

Це пов'язано із подорожчанням продукції в країні в цілому.

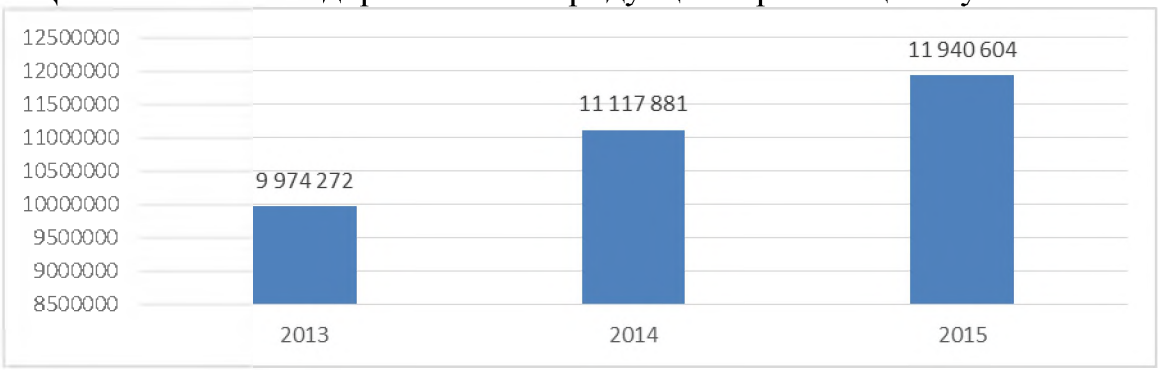


Рис. 2. Виробництво кондитерських виробів в Україні, тис. грн. [2]

Проаналізувавши звітність ПрАТ «АВК» за 5 років, можна побачити наступне: до 2013 року стан підприємства був у нормі, проте через збитки у 2014 році стан погіршився і це відобразилось на роботі підприємства у 2015 році [1]. Якщо правління ПрАТ «АВК» нічого не змінить – подальша діяльність призведе до банкрутства. По-перше, тому, що коштів не буде вистачати навіть для збуту товарів. Це видно по чистому грошовому потоку. У 2015 році він склав - 94 мільйони гривень (табл. 1).

Таблиця 1.

Рух грошових потоків ПрАТ «АВК» за 2011-2015 рр., тис. грн.

Показники/Роки	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Чистий рух від операційної діяльності	176463	252695	113672	294076	15115
Чистий рух від інвестиційної діяльності	-99481	-103471	14262	-58789	-52991
Чистий рух від інансової діяльності	-62325	-130598	-122509	-199865	-56307
Чистий грошовий потік за звітний період	14657	18626	5425	35422	-94183

По-друге: чистий фінансовий результат буде негативним, і навіть інші джерела доходів навряд чи врятують підприємство. По-третє: витрати, які з

кожним роком збільшуються, і зараз спрямовані для стимулювання отримання доходів.

Особливо ця проблема спостерігається у 2014-2015 рр., коли чистий дохід за 2015 рік порівняно з 2014 роком зменшився у 14 разів, коли в той самий час собівартість є більшою, ніж виручка [1].

Показники рентабельності ПрАТ «АВК» показали, що підприємство неефективно використовує свої ресурси (табл. 2).

Таблиця 2

Розрахунки показників рентабельності ПрАТ «АВК» за 2011-2015 рр.

2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	Середній показник рентабельності
Рентабельність активів					
0,05	0,08	0,07	0,00	0,00	0,04
Рентабельність власного капіталу					
0,14	0,21	0,16	0,00	0,00	0,10
Валова рентабельність продажу					
0,20	0,24	0,24	0,23	0,00	0,18
Операційна рентабельність продажу					
0,06	0,10	0,10	0,09	0,00	0,07
Чиста рентабельність продажу					
0,03	0,05	0,05	0,00	0,00	0,03
Валова рентабельність					
0,25	0,32	0,31	0,30	0,00	0,24
Чиста рентабельність виробництва					
0,04	0,07	0,07	0,00	0,00	0,04
Рентабельність інвестицій					
0,05	0,10	0,09	0,00	0,00	0,05
Рентабельність продукції					
0,03	0,05	0,05	0,00	0,00	0,03

Власних коштів не вистачає, щоб покрити свої необоротні активи, і через це доводиться брати кредити. Через неефективну фінансову політику поточні та довгострокові зобов'язання збільшились у декілька разів лише за останні 2 роки. І, якби у підприємства не було інших операційних доходів, його стан був

би набагато гіршим, ніж є на даний момент. Прогноз не втішний. По-перше: підприємство живе на залучених коштах. По-друге: коштів не вистачає, щоб розрахуватися з кредиторами, особливо враховуючи ситуацію з реалізованою продукцією. По-третє: конкуренція на українському ринку досить жорстка (основний конкурент – Кондитерська корпорація «Рошен»).

Також дуже серйозною проблемою є зменшення грошових потоків. Через це ПрАТ «АВК» з часом не зможе оплачувати реалізацію своєї продукції, виплачувати заробітні плати і так далі, а це, в свою чергу, призведе до зменшення прибутків та до неможливості розраховуватись по своїм зобов'язанням. Як кінцевий результат висока ймовірність банкрутства підприємства [3].

Для виходу з кризи ПрАТ «АВК» треба знайти альтернативні джерела доходу (особливо треба звернути увагу на нові джерела операційних доходів, адже за рахунок них підприємство і працює [4]), покращувати технологію виробництва, за рахунок поліпшення маркетингових стратегій диференціювати виробництво та реалізацію продукції. Також рекомендуємо акціонерам ПрАТ «АВК» реінвестувати більше вільних коштів у розвиток підприємства.

Список використаної літератури

1. Звітність ПрАТ «АВК» / Електронний ресурс. Режим доступу: www.smida.gov.ua
2. Статистична інформація / Електронний ресурс. Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
3. Тютюнник Ю.М. Фінансовий аналіз: навч.посіб. / Ю.М. Тютюнник. – К.: Знання, 2012. – 815с.
4. Шелудько В.М. Фінансовий менеджмент : підручник / В.М. Шелудько. – 2-ге вид., стер. – К. : Знання, 2013. – 375 с.

Сребнюк Катерина Володимирівна
магістрант
Науковий керівник:
Гаєвська Лариса Миколаївна
к.е.н., доцен,
доцент кафедри економіки
підприємств,
*Університет державної фіскальної
служби України*

ПІДХОДИ ДО ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному світі у зв'язку з розвитком технологій та комунікацій для підприємств все гострішою постає проблема ефективної діяльності підприємства, що в свою чергу залежить від багатьох різних факторів, як зовнішніх, так і внутрішніх. Першочерговим чинником, що впливає на ефективність управління підприємством являється ефективність управління його ресурсами. При цьому у сучасній економічній літературі не існує спільної та єдиної думки щодо визначення терміну «ресурси підприємства» їх класифікації та складу, думки науковців збігаються лише у тому, що ресурси які надходять, або якими володіє підприємство, використовуються для досягнення його цілей та дають результат, що представлено на рис 1.1 [1]

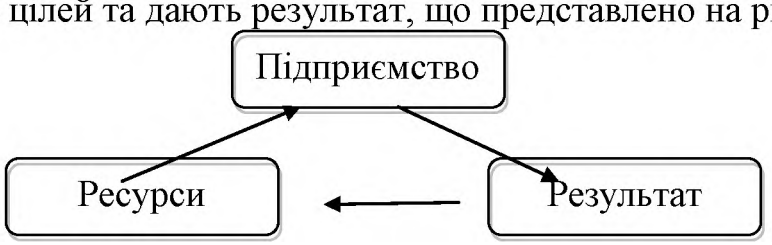


Рис. 1.1 Місце ресурсів у системі управління підприємством

Діяльність будь-якого підприємства спирається на ефективну управлінську парадигму, яка виявляється в конкурентоспроможному функціонуванні керованого об'єкта. Це стосується і управління ресурсами, що є однією з найбільш важливих і складних частин менеджменту.

В даний час, коли ресурси стають все більш дорогими і обмеженими, дуже важливо виявити стратегічні напрямки діяльності підприємства і сконцентрувати достатні ресурси на ключових аспектах бізнесу.

Основним фактором створення тривалого конкурентної переваги і зростання інвестиційної привабливості стають оптимальні стратегії управління ресурсним потенціалом підприємства. Важливо виявити і розвивати ключові ресурсні можливості, використання ж допоміжних або нерентабельних ресурсів потрібно раціоналізувати[2, с.102].

На сьогоднішній день зміна характеру, структури і змісту управління ресурсами в підприємствах, осмислення їхньої природи, аналіз засобів і методів управління - все це є умовою підвищення ефективності управління сучасним підприємством. Воно повинно забезпечити не тільки зростання реальної віддачі від використання ресурсів і підтримання сталого стану підприємства, але також створення і максимальне використання можливостей підприємства.

Управління тільки внутрішніми ресурсами не дозволяє підприємству досягти бажаних результатів. Це пов'язано з посиленням інтеграційних процесів в діловому світі, в результаті яких формується масштабна система, яка об'єднує внутрішню сферу бізнесу підприємства, всіх ділових партнерів, клієнтів, інвесторів та інших зацікавлених осіб. Тому підприємству важливо сформувати такі організаційні межі своєї бізнес-середовища, які б дозволили на основі сучасних технологій управління забезпечити ефективне використання широкого арсеналу зовнішніх ресурсів[2, с.196].

Однак багато з наявних практичних розробок в більшій мірі стосуються оперативного і тактичного управління ресурсами. До таких інструментів управління ресурсами відносяться як ERP-системи (системи планування ресурсів підприємства) так і система яка виникли на їх основі - MRP-системи (системи планування виробничих ресурсів). Дані інструменти є як інформаційними системами, так і методологією планування і управління всіма ресурсами підприємства.

Таким чином, сучасна практика управління ресурсами стикається з дуже складними проблемами, вирішення яких вимагає системного підходу. Незважаючи на широке застосування системного підходу в господарській діяльності, відсутнє однозначне уявлення щодо його застосування в процесі управління ресурсами[3, с.64].

Проблемі ефективного управління ресурсами підприємства в економічній науці завжди приділялася достатньо уваги. Разом з тим, динамізм сучасних економічних процесів, зміна умов господарювання підприємств змушує по-новому підійти до розгляду ресурсів підприємства і управління ними.

Звісно ж, що не тільки системний підхід може допомогти створити науково обґрунтовану теоретичну базу для правильної вироблення і подальшого використання конкретних засобів і процедур управління ресурсами. Можливості системного дослідження ресурсів і управління ними відкриває ресурсна концепція стратегічного менеджменту [4, с. 248].

Ресурсна концепція управління знаходиться в стадії свого становлення, тому розвиток основних положень, а також перехід на операційний рівень її використання є нагальною проблемою.

З точки зору ресурсної концепції будь-яке підприємство - це, перш за все, сукупність різних продуктивних ресурсів. Надалі ресурсна концепція показала свою ефективність для аналізу підприємства з метою його успішного розвитку.

Основним призначенням (системної функцією) управління ресурсами підприємства є ефективна реалізація його потенціалу і забезпечення його

довгострокових конкурентних переваг. Результатами ефективного руху ресурсів підприємства являється:зростання прибутку, підвищення рівня задоволення потреб підприємства, забезпечення фінансової стійкості, забезпечення зростання добробуту власників і інших суб'єктів, збільшення ринкової вартості підприємства та інші.

Порівняльна характеристика підходів до управління ресурсами підприємства представлена в табл. 1. [5]

Таблиця 1.

Порівняльна характеристика підходів до управління ресурсами підприємства

Основні аспекти	Традиційний підхід	Системний підхід
Цілі управління	Прибуток, рентабельність, продуктивність, комплексні мультиплікатори, вартість бізнесу	Ефективна реалізація потенціалу підприємства, забезпечення довгострокових конкурентних переваг
Особливості управління ресурсами	Розосередження завдань управління за окремими напрямами (інвестиційної, фінансової, виробничої і т.д.)	Єдина програма управління ресурсами, що включає повний цикл етапів прийняття рішень щодо формування, використання та розвитку
Особливості діагностики ресурсів	Окремий розгляд окремих елементів ресурсів в практиці економічного аналізу діяльності підприємства, в тому числі аналіз використання активів, оцінка вартості та ін.	Системна діагностика ресурсів, що дозволяє розпізнати проблеми і оцінити якість, ризики, ефективність і конкурентоспроможність ресурсів на всіх етапах управління

Зараз перед українськими підприємствами стоять проблеми, які пов'язані як з плануванням діяльності підприємств, так політичною та економічною ситуацією в країні.

Отже при виборі методу управління фінансовими ресурсами необхідно враховувати основні економічні показники. І на основі цього вибирати найбільш підходящий метод керування фінансовими ресурсами.

Планування і прогнозування, як основні, з методів управління фінансовими ресурсами, можуть використовуватися всіма підприємствами, так як це визначає їх подальшу перспективу розвитку.

Список використаної літератури

1. Гладир Т.С., Ресурси підприємства: теоретичні аспекти. [Електронний ресурс] –URIhttp://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3044 – Назва з екрану.

2. Управління ресурсами підприємства: Навч. посіб./ Під ред. Ю.М. Воробйова, Б.І. Холода – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 288 с.

3. Новицький В.Є. Економічні ресурси цивілізаційного розвитку: Навчальний посібник - К.: НАУ, 2004. – 268 с.
4. Катькало В.С. Эволюция теории стратегического управления. Монография. – СПб.: Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008. – 548с.
5. Українська електронна бібліотека: ресурси підприємства. [Електронний ресурс]. – URI: http://libr.org.ua/book/71/2299.html. – Назва з екрану.

Старкіна Орина Дмитрівна
студентка,
Яковенко Роман Валерійович
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
маркетингу та економічної кібернетики,
Центральноукраїнський національний технічний університет

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ПОДОЛАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ КРИЗ

Сучасне суспільство прагне до постійного поліпшення рівня й умов життя, які може забезпечити тільки стійкий економічний ріст. Однак спостереження показують, що довгостроковий економічний ріст не є рівномірним, а постійно переривається періодами економічної нестабільності [1].

Для подолання економічної нестабільності важливо як залучення досвіду інших країн, так і накопичення власного досвіду, проведення та моделювання можливих подій, що в свою чергу можливе при використанні новітніх інформаційних технологій, зокрема інформаційно-телекомунікаційних систем [2], таких як «системи хмарних обчислень».

Одним зі шляхів подолання економічних криз є підвищення попиту та стимулювання збуту продукції. У проведенні маркетингових досліджень щодо визначення попиту зокрема є оцінка існуючого попиту. На сьогоднішній день кожен користувач всесвітньої мережі Інтернет є безпосереднім учасником цих досліджень. Для точного визначення попиту можливо проаналізувати сторінки у всесвітній мережі Інтернет, до яких користувач звертався (аналіз контенту сайтів), таким чином визначити його інтереси та його попит на продукцію, послуги. Стимулювання збуту товарів та послуг також можливо поліпшити за рахунок інформаційних технологій. Так, стимулювати збут продукції можливо за рахунок реклами товарів та послуг у всесвітній мережі Інтернет шляхом розміщення реклами на сайтах компаній, які надають ці товари та послуги або

сторонніх компаній, шляхом розсилок реклами (як адресних так і загальних), тощо.

Одним з шляхів подолання економічних криз є розвиток економічних відносин з іншими країнами світу, зокрема більш розвиненими, ніж Україна. Для розвитку економічних відносин ключову роль відграють інформаційні технології. В теперішній час, коли інформаційні технології в усіх країнах світу стрімко розвиваються та дозволяють підтримувати економічні відносини в режимі реального часу, важко не брати їх значення до уваги. Тобто для того, аби перейняти передовий досвід у будь-якій галузі економіки або передовий досвід у подоланні економічної кризи можливо миттєво отримати необхідну інформацію за рахунок новітніх інформаційних технологій. Так, у листопаді минулого року був прийнятий Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо усунення адміністративних бар'єрів для експорту послуг» (№ 1724-VIII від 03.11.2016), який, зокрема, значно спрощує процедуру легального отримання доходів з-за кордону, укладання договорів (це тепер можна робити в електронній формі) та формування фінансової звітності при експорті послуг.

Крім того, цим актом знято штучні бар'єри для заведення в Україну валютної виручки. За одностайною думкою експертів, ці правові новації стануть значним стимулом для розвитку вітчизняної IT-сфери [3]. Це, в свою чергу, дозволить застосовувати нові інформаційні технології при подоланні економічних криз в Україні.

Таким чином, найважливішу роль для подолання економічних криз відіграють інформаційні технології. Актуальне інформаційне забезпечення, разом з проведенням постійного інформаційного аналізу та стратегічного планування дозволить подолати або звести до мінімуму негативні наслідки від економічних криз.

Список використаної літератури

1. Новосад І. В. Можливі шляхи подолання економічної кризи в Україні [Електронний ресурс] / І. В. Новосад, М. Б. Гупаловська. – Режим доступу : hhttp://www.rusnauka.com/20_AND_2009/Economics/49169.doc.htm. – Назва з титул. екрану.
2. Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1994. – № 31. – С. 286. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80. – Назва з титул. екрану.
3. Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень «Розвиток інформаційного суспільства в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/articles/2594/. – Назва з титул. екрану.

Ляшенко Ганна Павлівна
к.е.н., професор кафедри економіки
підприємства УДФУ
Степанець Юлія Олексіївна
Студентка 6-го курсу, групи ЕМУ 16-1
ННІ Економіки, оподаткування
та митної справи

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ВИДИ

Економічний розвиток підприємства на сучасному етапі залежить від накопичених суспільством знань і використання інтелектуальних ресурсів. Підвищується рівень використання інтелектуальної діяльності в усіх сферах виробництва, також посилюється саме значення освіти і навчання. Тому для кожного підприємства формування і використання інтелектуального капіталу є надзвичайно важливим. Поняття інтелектуального капіталу різні вчені трактують по-різному. Одні стверджують, що інтелектуальний капітал – це знання, інші – що це нематеріальні активи, а деякі говорять що це інтелектуальні активи та інтелектуальні ресурси. Автори Крутій І. та Новікова Ю. [1, с. 15] в своїй роботі «Механізм збільшення інтелектуального капіталу особистості і компанії» відзначили, що інтелектуальний капітал – це перетворення знань та нематеріальних активів в корисні ресурси, які дають конкурентні переваги індивідам, фірмам та націям. З даного визначення можна стверджувати, що інтелектуальний капітал може розглядатись на трьох рівнях, а саме на індивідуальному, корпоративному та суспільному рівнях. Відомий дослідник Леонтьєв Б. виокремлює інтелектуальний капітал як вартість сукупності наявних у суб'єкта інтелектуальних активів, включаючи інтелектуальну власність, його природні та надбані інтелектуальні здібності та навички, а також нагромаджені ним бази знань та корисні відносини з іншими суб'єктами [2, с. 24]. Суть інтелектуального капіталу з даного твердження зводиться до здібностей людини, їх знань, можливостей. З іншого боку даний термін існує для позначення нематеріальних активів, без яких підприємство зараз не може існувати. Інший вчений Цибульов П., в широкому розумінні, розглядає інтелектуальний капітал як знання, що можуть бути перетворені на прибуток та оцінені [3, с. 18]. Даффі Д. говорить, що інтелектуальний капітал – це сукупні знання, які має організація в особі своїх співробітників, а також у вигляді методологій, патентів, архітектур і взаємозв'язків [4, с. 35]. Комаров І. стверджує, що це знання, які є в організації та можуть використовуватися для одержання різних переваг перед конкурентами [5, с. 57]. Стюарт Т. вважає, що інтелектуальний капітал – це сума знань усіх працівників компанії, яка забезпечує її конкурентоспроможність [6, с. 28]. Як видно з цього визначення,

базовим поняттям у визначенні інтелектуального капіталу стають усі, загальні знання, які сконцентровані в тій чи іншій фірмі.

Слід відзначити, що інтелектуальний капітал включає в себе такі складові: продукт інтелектуальної, розумової праці, а також продукт творчих зусиль. Для того, щоб детальніше усвідомити поняття та механізм функціонування інтелектуального капіталу, слід здійснити його класифікацію, тобто поділити на окремі складові елементи з наступним групуванням за однорідними ознаками. Класифікацію видів інтелектуального капіталу здійснюють за різними ознаками залежно від цілі та завдань, які при цьому вирішуються (табл. 1).

Таблиця 1.

Класифікація видів інтелектуального капіталу[1]

	Ознаки	Види інтелектуального капіталу
1	**Форма власності**	Приватний інтелектуальний капітал
		Колективний інтелектуальний капітал
		Державний інтелектуальний капітал
2	**Корпоративна трансакція**	Акціонерний інтелектуальний капітал
		Пайовий інтелектуальний капітал
3	**Резидентність**	Національний інтелектуальний капітал
		Іноземний інтелектуальний капітал
4	**Форма залучення**	Інтелектуальний капітал у формі права на об'єкти промислової власності
		Інтелектуальний капітал у формі авторського та суміжного з ним права
		Інтелектуальний капітал в інших формах
5	**За терміном знаходження у розпорядженні суб'єкта господарювання**	Власний інтелектуальний капітал
		Страховий інтелектуальний капітал
6	**Формування інтелектуального капіталу**	Інтелектуальний капітал: створений самим суб'єктом господарювання
		Інтелектуальний капітал: придбаний у інших суб'єктів господарювання
7	**Можливість визначення розміру вартості інтелектуального капіталу**	Інтелектуальний капітал, оцінка вартості якого визначається прямим (витратним) методом.[7]

Згідно таблиці 1, інтелектуальний капітал за такими основними ознаками як форма власності, корпоративна трансакція, форми залучення, резидентність поділяється на різноманітні види. В основу інтелектуального капіталу входить інтелектуальна власність – це результат інтелектуальної творчої діяльності, результат власного творчого пошуку, який має бути певним чином об'єктивний, втілений у певну об'єктивну форму та має бути здатним до відтворення [7, с. 7]. З цієї позиції, інтелектуальна власність визначає: кому належить результат інтелектуальної творчої діяльності, який втілений у певну об'єктивну форму (патент, свідоцтво, ноу-хау, товарний знак, авторський твір тощо). Що стосується приватної або колективної (група приватних осіб) форми

[7]Підопригора О. Проблеми системи законодавства України про інтелектуальну власність //Интелектуальна власність – 2000, № 3, с. 3-14

власності, то зрозуміло , кому належить результат власного творчого пошуку і хто спрямовує свої зусилля на отримання кінцевого результату творчої діяльності. Що стосується державної форми інтелектуальної власності, то до неї відносять продукт інтелектуальної праці, створений за рахунок бюджетних коштів або за традицією продукт інтелектуальної праці належить суб'єкту господарювання (підприємству, об'єднанню тощо).

Отже, вищенаведена класифікація інтелектуального капіталу підприємства має важливе практичне значення безпосередньо для суб'єктів господарювання та створює теоретичну базу для розробки методичних положень із актуальних проблем, таких як формування системи управління інтелектуальним капіталом на підприємстві та розробки методів його оцінки.

Список використаної літератури

1. Крутій І., Новікова Ю. Механізм збільшення інтелектуального капіталу особистості і компанії / Теорії і практики управління, - 2006. -№9. – 25с.
2. Леонтьєв Б. Ціна інтелекту. Інтелектуальний капітал в російському бізнесі. - М.: Видавничий центр «Акціонер». 2002.- 451с.
3. Цибульов П. Кількісна оцінка інтелекту/ Інтелектуальна власність, – 2004. – №12. - с. 27.
4. Даффі Д. Людський капітал / Д. Даффі. - СПб .: Пітер, 2000. - 212 с.
5. Комаров І. Інтелектуальний капітал / І. Комаров - Персонал. - 2000. - № 5. - С. 54-62.
6. Стюарт Т. А. Інтелектуальний капітал. Нове джерело багатства організацій / Т. А. Стюарт; переклад з англ. - М .: Покоління, 2007. - 368 с.
7. Підопригора О. Проблеми системи законодавства України про інтелектуальну власність /Інтелектуальна власність – 2000. - № 3. - 3-14 с.

Суржик Катерина Русланівна
студентка
Науковий керівник:
Калінько Ірина Василівна
к.т.н., доцент, доцент кафедри фінансів
Фінансово-правовий коледж

ПРОТИРІЧЧЯ В УПРАВЛІННІ КОМАНДОЮ ПРОЕКТУ

Ефективний керівник проекту повинен вміти вдало розв'язувати суперечливі ситуації, що виникають у процесі управління проектом. Основні протиріччя наступні: здійснювати зміни та підтримувати стабільність – керівник одночасно має бути новатором та гарантом підтримання стабільно високих показників розвитку; заохочувати окремих членів команди, але робити акцент на проектну команду в цілому; видавати (не видавати) накази – керівнику слід розуміти, коли варто втручатися, а коли доцільно бути пасивним спостерігачем і дозволяти іншим приймати рішення; гнучкість, але твердість – керівник проекту має вміти пристосовуватися й адекватно реагувати на зміни зовнішнього середовища; у той же час він повинен вміти вчасно опанувати ситуацію і діяти твердо, навіть коли решта ладні все покинути.

Високоефективні команди проектів можуть досягати вражаючих результатів у роботі. Проте медаль має і зворотню сторону. Прожектизм – явище, характерне для проектних команд, які вважають, що вони не залежать від керівника та знають більше і краще, що і як треба робити.

На сьогоднішній день в управлінні проектами вирішальну роль відіграє такий фактор як інформація. Швидкість отримання необхідної інформації – важливий фактор ефективності подальшої розробки проекту.

Для успішного управління проектом у цілому та проектною командою зокрема керівник повинен вміти: міркувати комплексно, прогнозувати, витримувати стреси, передавати інформацію, ефективно управляти часом, бути досвідченим політиком та оптимістом. Однак єдиного стилю управління або формули, яка б допомогла стати ефективним керівником команди проекту, немає. Успішні керівники проекту мають здатність пристосовувати стиль управління до конкретних ситуацій.

Тарасенко Ірина Сергіївна
студентка *Університету державної фіскальної служби України*

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ

Ризик існує у будь-якій діяльності людини, навіть не пов'язаної з економікою, але там, де на кону стоїть чималий капітал – ризик є «природним явищем». Тому просто необхідно його враховувати, досліджувати та попереджувати, щоб успішно реалізувати будь-який проект.

Метою дослідження є висвітлення деталей та особливості системи управління ризиками інвестиційного проекту.

Кожен задум, для його реалізації, має підкріплюватись необхідними ресурсами (час, грошові кошти та матеріально-трудові можливості). Сучасні реалії вимагають максимальних зусиль в мінімальний строк для успішності проектного задуму. В більшості випадків все компенсується значними капіталовкладеннями в проект. Тому дуже важливо налаштувати систему управління ризиками.

На основі цього виникають питання:

- чи є система управління ризиками інвестиційного проекту цілісною, чи можна знехтувати якимсь етапом в системі?

- який із методів мінімізації ризиків є найдієвішим?

Ризик — це ймовірність (загроза) втрати підприємством частину своїх ресурсів, недоодержання доходів або появи додаткових витрат у результат здійснення певної виробничої або фінансової діяльності. [1, с.12] .

Для ведення будь-якої діяльності необхідно володіти достатньою інформацією та прораховувати всі можливі ризики, що можуть вплинути на результат. Але врахування можливих загроз не повністю забезпечить успіх проекту, необхідно управляти ними.

Процес управління ризиками включає: виявлення можливих ризиків та аналіз їх впливу на діяльність організації; оцінку можливих фінансових та не фінансових втрат від реалізації ризиків; формування стратегії управління ризиками; вплив на ризик; аналіз результатів та оцінка ефективності методів управління ризиками [2, с.63].

Процес вивчення та аналізу є початковою стадією управління ризиками. Для цього необхідно мати достатньо інформації про проект, як про внутрішні чинники, так і зовнішні чинники, що впливатимуть в процесі реалізації. Мета етапу полягає в тому, щоб знайти, перерахувати і охарактеризувати всі види ризиків, які можуть впливати на виконання проекту в цілому або на досягнення цілей окремих стадій проекту.

Зазвичай, аналіз закінчується підставами до оцінки ризиків. Є різні методи для їх оцінки, але всі вони згруповані в якісні та кількісні. Кожна управлінська одиниця визначає для себе різні методи оцінки ризику, адже проекти бувають різного характеру. Найбільш поширеними вважаються методи оцінки ризиків інвестиційних проектів формалізовані (метод сценаріїв, Монте-Карло) та неформалізовані (метод експертних оцінок, SWOT-аналіз, дерево рішень) [3, с.16].

Процес оцінки дає можливість передбачити негативні наслідки у перспективі. Виявленні можливі ризики необхідно уникнути чи мінімізувати. Для цього науковцями було розроблено методи зменшення ризиків.

До основних методів мінімізації ризиків відносять:

Запобігання ризику – полягає в розробці деяких заходів, що мають внутрішній характер, які охоплюють конкретний вид ризику проекту. Як приклад, це повна відмова від позикового капіталу та інвестиційних активів у низько ліквідних формах.

Нормування ризику – полягає у використанні ризиків, що виходять за межі їх допустимого рівня (як правило, у зоні катастрофічного чи критичного ризику). Зазвичай, такий метод реалізується шляхом залучення системи внутрішніх нормативів, що включає лімітний розмір позикових коштів та найменший розмір інвестиційних активів.

Розподіл ризику між учасниками проекту – полягає у часткові передачі ризиків іншим учасникам такого проекту по деяким операціях. Як правило, такий метод може бути реалізований між постачальником певної сировини і підприємством, між учасниками інвестиційного проекту чи лізингової операції

Зниження ступеня ризику – полягає у зменшенні обсягу втрат шляхом зберігання коштів на незаплановані витрат. Прикладом втілення такого методу є формування резервного фонду, цільових резервних фондів чи резервних сум ресурсів фінансової сфери у системі інвестицій.

Страхування ризику – полягає у передачі ризиків певній страховій компанії. Метод полягає у компенсації вартості майна організації спеціальними страховими органами коштами, які формуються на основі страхових внесків. Страхування як інструмент управління ризиками інвестиційних проектів можна розділити на дві складові частини: страхування ризиків реалізації інвестиційних проектів та страхування ризиків фінансування інвестиційних проектів. У першому випадку мова йде про проектну компанію, що реалізує інвестиційний проект, у другому – про сторону, яка фінансує даний проект. Можливий і окремий випадок, коли і реалізація, і фінансування проекту здійснюється однією організацією [2, с. 67].

Передбачення методів мінімізації ризиків, що можуть забезпечити зменшення збитку і збереження інвестицій – є найважливішою умовою управління ризиками проекту.

Із запропонованих методів дієвішими є зниження ступеня ризику та страхування. В першому виді мінімізації використовується резервний фонд для

покриття ризику, адже він може бути будь-якого характеру і з'явитися на будь-якому етапі проекту. Тому дуже вдалим є формування спеціального фонду для непередбачуваної ситуації. В другому методі перевагою є те, що яка б не створилася ситуація проект є застрахованим і втрачені кошти будуть компенсовані.

Визначено, що система управління ризиками має колосально важливе значення для будь-якого проекту, особливо зі значними фінансовими вкладеннями. І з огляду на викладений матеріал дана система є абсолютно цілісною, і нехтування будь-яким її етапом призведе до значних втрат. Адже необхідно детально проаналізувати, визначити та оцінити види ризиків, які можуть виникнути та мінімізувати їх. Комплекс цих процесів зменшить можливі збитки та забезпечить успішну реалізацію інвестиційного проекту.

Та було виявлено, що найбільш вдалими методами мінімізації ризиків є зниження ступеня ризику та страхування.

Список використаної літератури

1. Ткач С. М. Управління ризиками інвестиційної діяльності в регіоні: теоретичні основи та прикладні аспекти : монографія / С. М. Ткач. – Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», 2015. – 234 с.
2. Макалюк І. В., Бабенко І. Ю. Управління ризиками інвестиційних проектів/ Макалюк І. В., Бабенко І. Ю// Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – №(18). – 2016. – С. 63 – 70.
3. Барташевська Ю. М. Оцінка ризику інвестиційних проектів підприємства в процесі їх реалізації / Ю. М. Барташевська // Європейський вектор економічного розвитку. –2014. –No 2 (17).–С. 15-21

Тесля Оксана Василівна
студентка
Національний авіаційний університет

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Нинішнє становище малого та середнього підприємництва в Україні нестабільне. Підприємництво функціонує в складних соціальних та економічних умовах розвитку. На це вплинуло багато факторів, серед яких криза, накопичена з роками системна диспропорція, несприятливий бізнес-клімат та інші.

Серед проблем, що потребують вирішення можна виділити:

— швидка переорієнтація стандартів торгівлі та послуг на ринки ЄС;

— місцева влада має важливі функції МСП, які потребують покращення;

— інституції допомоги МСП потребують основи для розвитку та влагодження;

— потреба підтримуючої інфраструктури МСП в розширенні та підвищенні якості надання послуг;

— вдосконалення інституційної спроможності Міністерства економічного розвитку і торгівлі України.

Основними шляхами втілення даної стратегії в життя є:

- позитивні зміни в інституційному, операційному та нормативно-правовому середовищі для МСП.

Базисом стратегії розвитку МСП виступають нормативні та правові документи, дані статистики, органи державної влади, що відповідають за створення та проведення політики, міжвідомча співпраця та державно-приватний діалог.

Дана стратегічна мета повинна також охоплювати позитивний бізнес-клімат, оцінку впливу законодавства та його зміни на здійснення бізнес-діяльності, простоту створення та ліквідації підприємств, отримання сертифікатів та ліцензій, поширення доступу малого та середнього підприємництва до закупівель на державному рівні. Проте, не всі перераховані елементи наразі присутні.

- збільшення фінансування МСП;

Багато держав мають бар'єр для розвитку підприємницької діяльності у вигляді обмеженого доступу до фінансування. На сьогодні кредитування малого та середнього підприємництва в нашій країні є недостатнім. За даними Державного комітету статистики України 71,8% підприємств покривають фінансові потреби за допомогою коштів власників та інвесторів. Тобто, необхідно збільшити фінансування МСП комерційними банками та державними установами за допомогою розширення спектру кредитних послуг.

- покращення системи податкового адміністрування;

Покращення системи податкового адміністрування й зміна у роботі Державної фіскальної служби спростять процеси адміністрування з точки зору МСП. Серед завдань стратегії відсутнє питання щодо розміру податкових ставок, проте проблема податкового адміністрування займає важливе місце поряд з реєстраційними та платіжними проблемами, проблемою повернення податку на додану вартість тощо.

- популяризація підприємництва та покращення людських ресурсів;

Розвиток людського капіталу є важливою умовою для зростання інноваційного потенціалу та конкурентоспроможності країни. Даний критерій стосується МСП у сфері формування та розвитку підприємницької культури. Цей підхід має бути реалізовано у системі освіти України.

- підвищення інтернаціоналізації та експорту малого та середнього підприємництва за допомогою асоціації з ЄС.

Складна політична ситуація, військовий конфлікт та втрата АРК порушили традиційні торгівельні та імпортно-експортні зв'язки України. Підписання асоціації з Європейським Союзом переорієнтує підприємництво від РФ до ЄС і країн поза його кордонами.

Тригуб Світлана Едуардівна
студентка групи МЕБ-15-1
ННІ економіки, економіки,
оподаткування та митної справи
Науковий керівник:
Сидорко Наталія Леонідівна
старший викладач кафедри економіки
підприємства *УДФСУ*

МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

На сучасному етапі розвитку економічних відносин, вагоме місце належить малим формам господарювання, серед яких особливої уваги заслуговує малий бізнес. Саме мале підприємництво робить можливим у найкоротший термін здійснити структурну перебудову економіки, сприяє наповнню ринка товарами та послугами і формуванню середнього класу суспільства. Мале підприємництво являється рушійною силою забезпечення проривів НТП, містить у собі могутній антимонопольний потенціал, розв'язує проблему зайнятості, мобілізує фінансові і виробничі ресурси, а також сприяє гнучкій ринковій економіці.

Проте, на сьогодні, за нестійкого політичного та економічного становища, нестабільної валюти, розвиток малих підприємств гальмується, породжуючи диспропорційність у їх діяльносній сфері. Проблеми розвитку малого бізнесу впродовж останніх років є об'єктом ретельної уваги також багатьох дослідників України. Вагомий внесок у розвиток малого бізнесу зробили І.М. Акимова, З.В. Варналій, І.А. Галіця, Я.А. Жаліло,. Ю.О. Клочко, І.А. Гачків, Б.В. Сенчук та інші. Проте, безліч питань ще залишилися невирішеними.

Метою дослідження є визначення сучасних тенденцій, що визначають розвиток малого бізнесу в Україні.

Малий бізнес - найбільш органічний структурний елемент ринкової економіки. Розвиток малого бізнесу у всьому світі є основним з двигунів

економіки. На жаль наша країна не може похвалитися високими результатами діяльності малого бізнесу, хоча його частка в структурі підприємств становить 95,5%. Найбільша кількість малих і середніх підприємств традиційно зосереджена в м.Києві – 25%, Дніпропетровській – 11,2%, Донецькі – 6,8%, Харківській – 6,7%, Львівській – 5,5%, Київській – 5,5%, Одеській – 5,2% областях [1].

У розрізі економічних видів діяльності пріоритетними сферами суб'єктів малого підприємництва залишаються оптова та роздрібна торгівля, питома вага в загальному обсязі яких складає 31%. Значно меншими є показники промисловості (12%), сільського, лісового та рибного господарства (15%), операцій з нерухомим майном, професійної, наукової та технічної діяльності (10%) [2].

За роки незалежності частка малих підприємств в українському ВВП за оцінками експертів не досягла й 15%. Це значно менше в порівнянні з країнами з розвинутою економікою: в Німеччині частка малого бізнесу складає 60%, в Італії 70%, навіть у сусідніх Росії та Білорусії ця частка складає відповідно 22% і 23% [3]. Серед головних причин відставання української приватної ініціативи спеціалісти називають вкрай важкі умови для відкриття та ведення свого бізнесу, відсутність доступного кредитування, а також низьку платоспроможність більшості населення.

До факторів, які також стримують малий бізнес в Україні включають:

- обмежений попит та кризу збуту на внутрішньому ринку через брак вільних фінансових коштів підприємств та зниження реальних доходів громадян;
- низьку інвестиційну активність, незначну наявність переливу коштів з фінансового в реальний сектор економіки, обмеженість (або відсутність) кредитів;
- недостатній рівень технічної озброєності при досить високому інноваційному потенціалі;
- низький рівень управління, брак знань, досвіду та культури у ринкових відносинах;
- незабезпеченість інформацією про стан та кон'юнктуру ринку, низький рівень консультаційних послуг та спеціалізованих освітніх програм, тощо [4].

Ще одна причина, що негативно відображається на ситуації в країні, є вже звична реакція малого бізнесу на адміністративні та економічні проблеми, а саме: перехід в «тінь». Україна займає перше місце в Європі за обсягом тіньової економіки, який складає 44,1% українського ВВП.

Навіть в Росії ця частка складає 40,6%, а у Швейцарії лише 8% приховано від очей чиновників [1].

Основні шляхи подолання проблем малого бізнесу для України: структурна організація фінансової підтримки і допомога малому бізнесу; надання малим підприємствам державних гарантій у вигляді державних

боргових зобов'язань; організаційне забезпечення малого бізнесу, що означає впровадження регіональних програм підтримки і розвитку малих підприємств, організацію роботи окремої ланки виконавчої влади, яка б займалася виключно питаннями малого бізнесу; створення забезпеченості інформацією та людськими кадрами: покращення освітніх програм у підприємницькому напрямі; створення спеціальних консультаційних центрів для надання необхідної інформації підприємцям; організація програм підготовки і передпідготовки кадрів [5].

Також, задля ефективного управління малим бізнесом важливо врахлвувати відмінності у трудових відносинах та специфіки управління персоналом, а отже, і розробки максимально дієвих управлінських рішень, стимулів та мотивації.

Малий бізнес впливає економічну перебудову в країни, сприяє інноваційним процесам та ефективності праці, формує сприятливі умови для розвитку конкуренції та усунення монополізму в здійсненні підприємницької діяльності та робить істотний внесок у зростання загальних обсягів роздібної торгівлі. Ведення малого бізнесу пов'язане з величезними ризикоми та конкуренцією. Модернізація малого підприємництва для України є вкрай необхідними. Суб'єкти малого бізнесу мають позитивний вплив на розвиток економіки держави, що значною мірою обумовить створення сучасної ринкової економіки з соціальною спрямованістю.

Список використаної літератури

1. Поплавська Л. Аналіз статистичних показників розвитку підприємництва в Україні у 2016 році [Електронний ресурс] / Лідія Поплавська // Національна платформа малого та середнього бізнесу. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://platforma-msb.org/analiz-statystychnyh-pokaznykiv-rozvytku-pidpryyemnytstva-v-ukrayini-u-2016-rotsi/.
2. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/
3. Матеріали з порталу виконавчої влади «Урядовий портал» - [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua.
4. Вирішення проблем розвитку малого підприємництва в Україні – Режим доступу: http://ea.donntu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/20405/1/Petrenko%20T.S,%20Cv%D0%B5tnova%20O.V.pdf
5. Державна політика у сфері розвитку малого бізнесу – Режим доступу: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/conf/2013-2/doc/2/25.pdf

Тураєва Вікторія Олександрівна
студетка групи ЕПБ-14-1
ННІ економіки, оподаткування та митної справи УДФСУ
Науковий керівник: Мельничук Г.С., к.е.н., доцент, заступник директора ННІ економіки, оподаткування та митної справи УДФСУ

ДЖЕРЕЛА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Інноваційна діяльність є одним із найважливіших факторів, який впливає на господарську діяльність підприємства та забезпечує її конкурентоспроможність. Однією з головних умов проведення промисловими підприємствами ефективної інноваційної діяльності є її належне фінансове забезпечення, оскільки процес розробки і впровадження нововведень вимагає залучення значної суми коштів.

Усі джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств поділяються на дві групи – внутрішні та зовнішні. До внутрішніх джерел фінансування належать власні кошти підприємства, які формуються у вигляді прибутку, амортизаційних відрахувань тощо. До зовнішніх джерел фінансування інноваційної діяльності відносять кошти, які промислові підприємства залучають зі сторони на платних і строкових умовах, а саме: кошти державного бюджету, позабюджетних фондів, банківські кредити та кошти іноземних інвесторів.

Як внутрішні, так і зовнішні джерела фінансування мають свої переваги та недоліки. Серед переваг використання власних коштів слід відмітити такі як: підвищення фінансової стійкості за рахунок додатково сформованого з прибутку власного капіталу; формування і використання власних коштів, що відбувається стабільно упродовж року; спрощений механізм прийняття управлінських рішень; висока норма прибутку інвестованого капіталу, що не потребує сплати позикового відсотка у будь-яких його формах; істотне зниження ризику неплатоспроможності та банкрутства при їх використанні [1].

Водночас, фінансування інноваційної діяльності власними коштами обмежує реалізацію потенціалу підприємств, оскільки для широкомасштабних інвестицій та реструктуризації підприємства необхідні значні фінансові вкладення, якими самі підприємства не володіють [2, с. 137].

Попри достатню кількість переваг, малі та новостворені промислові підприємства не мають змоги фінансувати інноваційну діяльність за рахунок власних коштів, оскільки на практиці даний процес має складний і ризиковий

характер. Тому такі підприємства потребують фінансової підтримки із зовнішніх джерел.

Залучення коштів для проведення інноваційної діяльності що, зокрема, може бути здійснено шляхом отримання банківського кредиту або випуску облігацій, у більшості випадків можуть собі дозволити лише стабільні, добре відомі компанії, які мають високі кредитні рейтинги. Такі компанії у випадку, якщо реалізація інновацій проекту виявиться неефективною, зможуть розрахуватися за залучені ресурси за рахунок надходжень від поточної діяльності.

В сучасних умовах основним джерелом фінансування інноваційної діяльності в Україні виступають власні кошти підприємств, частка яких у 2016 р. склала 94,7 %, а участь держави й іноземних інвесторів є мінімальною, що підтверджують наведені у табл. 1 статистичні дані. Зокрема, частка вкладень іноземних інвесторів в 2016 р. значно зменшилась, в порівнянні з попередніми роками, і склала 0,1%, що є наслідком несприятливого інвестиційного клімату в державі. Частка фінансування інноваційної діяльності з державного бюджету в 2010-2016 рр. не перевищувала 2 % від загальної суми витрат. Останнє засвідчує слабкий рівень фінансової підтримки інновацій зі сторони держави. Зважаючи на нинішні економічні реалії, розраховувати підприємствам на відчутну бюджетну підтримку їх інноваційної діяльності досить складно. Обмеженість джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств спричинена фінансовою кризою, військовими діями на Сході країни, зниженням кредитного рейтингу України [4, с.136].

Таблиця 1. Аналіз джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств в Україні [3]

Роки	Загальна сума витрат	У тому числі за рахунок коштів							
		власних		державного бюджету		Іноземних інвесторів		інші джерела	
	млн. грн.	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%
2010	8045,5	4775,2	59,4	87,0	1,1	2411,4	29,9	771,9	9,6
2011	14333,9	7585,6	52,9	149,2	1,0	56,9	0,4	6542,2	45,6
2012	11480,6	7335,9	63,9	224,3	2,0	994,8	8,7	2925,6	25,5
2013	9562,6	6973,4	72,9	24,7	0,3	1253,2	13,1	1311,3	13,7
2014	7695,9	6540,3	85,0	344,1	4,5	138,7	1,8	672,8	8,8
2015	13813,7	13427,0	97,2	55,1	0,4	58,6	0,4	273,0	2,0
2016	23229,5	22036,0	94,7	179,0	0,8	23,4	0,1	991,1	4,3

Аналіз джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств в Україні свідчить про необхідність розширення джерел фінансування, а саме більш активного залучення коштів іноземних інвесторів та ресурсів з інших джерел. Актуальним питанням для України на сьогоднішній день є використання нетрадиційних методів фінансування, які набули поширення в багатьох країнах світу. До таких методів відносять, зокрема, форфейтинг,

венчурне фінансування тощо. Дані форми фінансування можуть суттєво вплинути на підвищення рівня інноваційної активності малих підприємств.

Використання форфейтингу в країнах ЄС набуло поширення, особливо для малих інноваційних підприємств. Отримуючи кредит, більша частка такого роду підприємств надає перевагу форфейтинговим угодам з метою перекладення своїх кредитних зобов`язань на форфейтора. Форфейтингова угода говорить про те, що форфейтори беруть на себе відповідальність малого інноваційного підприємства за сплату боргу кредитору. Тобто надають гарантію виплати кредитного боргу на момент укладання договору про надання кредиту банком, якщо доведено, що отримані кошти будуть залучені в інноваційну діяльність.

Іншою поширеною формою фінансування інноваційної діяльності в інших країнах є венчурні фонди. Останні готові ризикувати задля високого прибутку вдалих проектів, що компенсує невдалі вкладення. В Україні, на відміну від багатьох країн, венчурні фонди створені за рахунок іноземного капіталу і фінансують невеликі інноваційні проекти, що говорить про слабку підтримку інновацій через високий рівень ризику. Хоча для їх діяльності і були створені певні законодавчі умови [1].

Отже, проаналізувавши основні джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств, можна стверджувати, що така діяльність в Україні здійснюється переважно за рахунок власних коштів підприємств. Тому на сьогодні гостро постає питання про підвищення рівня участі держави та фінансової підтримки іноземних інвесторів, а також більш активного використання коштів венчурних фондів, що в майбутньому сприятиме забезпеченню належної фінансової основи для здійснення інноваційної діяльності вітчизняними підприємствами.

Список використаної літератури

1. Єрмак С. О. Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні / С. О. Єрмак, О. О. Лісніченко // Екфективна економіка. – 2015. – №3 [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua

2. Папп В. В. Джерела фінансового забезпечення інноваційної діяльності та механізми їх залучення / В. В. Папп, Н. В. Бошота // Науковий вісник Ужгородського уківерситету. – Економіка. – 2015. – № 1 (45). – с. 134-138.

3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua

4. Почтовюк А. Б. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємств в сучасних умовах / А. Б. Почтовюк // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2016. – №3 (75). – с. 133-140.

Тріфонова Дарина Олександрівна,
студентка
ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського

ЗОЛОТОВАЛЮТНИЙ РЕЗЕРВ УКРАЇНИ

Золотовалютний резерв (міжнародний валютний резерв) – важлива складова держави, яка має на меті захисти економіки держави від макроекономічних ризиків. Запаси золотовалютного фонду означають економічну незалежність, і чим більше запас, тим більша незалежність держави. Золотовалютний резерв країн відображає стан національної валюти на ринку, зберігає довіру до політики держави та контролює кредитно-грошові ресурси. В Україні з 2007 року по 2017 рік певним чином змінювався золотовалютний фонд, що впливало на економічний стан держави. Аналіз змін резервів дає змогу схарактеризувати внутрішні економічні події в країні та дати їм оцінку.

Згідно з Законом України «Про Національний банк України» золотовалютні резерви – резерви України, зображені у балансі Національного банку України, що містить в собі активи, визнані світовою спільнотою як міжнародні й призначені для міжнародних розрахунків. [1 с. 1]

Золотовалютний фонд призначений для регулювання курсу гривні щодо іноземних валют, слугує резервом міжнародних платежів. Національний банк України купує і продає цінні папери, встановлює і змінює ставку рефінансування та застосовує інші інструменти регулювання грошової маси в обігу. [1, с. 36]

Золотовалютний резерв України має таку структуру:

- монетарне золото;
- спеціальні права запозичення;
- резервна позиція в МВФ;
- іноземна валюта у вигляді банкнот та монет або кошти на рахунках за кордоном;
- цінні папери (крім акцій), що оплачуються в іноземній валюті;
- будь-які інші міжнародно визнані резервні активи. [1, с. 47]

Офіційні резерви України станом на 31 серпня 2017 року складають 18 035,51 млн дол. США.

Структура золотовалютних резервів Національного банку України за липень 2017 наведена у таблиці 1, Джерелами даних є статистична звітність Національного банку України та інформація Міністерства фінансів України. [2].

Таблиця 1.

Міжнародні резерви України станом на 31 серпня 2017 р.

Міжнародні резерви України (у млн дол. США)	
Офіційні резервні активи	18 035,51
Резерви в іноземній валюті	14 209, 50
Резервна позиція в МВФ	0,03
Спеціальні права запозичення	2 757,06
Золото	1 068,92
Інші резервні активи	-

З наведених даних (табл. 1) видно, що резерви в іноземній валюті складають 78,8% від суми усього резерву.

Поповнення золотовалютних резервів проводиться Національним банком таким шляхом:

купівлі монетарного золота та іноземної валюти;

отримання доходів від операцій з іноземною валютою, банківськими металами та іншими міжнародно визнаними резервними активами;

залучення Національним банком валютних коштів від міжнародних фінансових організацій, центральних банків іноземних держав та інших кредиторів. [1, с. 48]

Золотовалютний фонд використовується Національним банком на такі цілі:

продаж валюти на фінансових ринках для проведення грошово-кредитної політики, включаючи політику обмінного курсу;

витрати по операціях з іноземною валютою, монетарними металами, а також іншими міжнародно визнаними резервними активами та операціях із забезпечення діяльності Національного банку;

повернення Національним банком валютних коштів міжнародним фінансовим організаціям, іноземним центральним банкам та іншим кредиторам, включаючи відсотки за користування такими коштами та інші обов'язкові нарахування;

участь у формуванні капіталу і діяльності міжнародних організацій. [1, с. 48]

Для аналізу золотовалютного фонду України були взяті данні за період 2009-2017 років (Табл. 2). За даними МВФ станом на травень 2017 року Україна посідає 61 місце у світовому рейтингу міжнародних резервів. Перше місце у рейтингу посідає КНР з резервом у 3 344 716 млн дол. США.

Таблиця 2.

Дані про золотовалютні резерви України за період 2007-2017 років.

Дата	Обсяг золота в міжнародних резервах	Приріст, млрд дол. США	Приріст, %
31.12.2007	32 479,06	+10 120.96	+45,9%
31.12. 2008	31 543,20	-935.86	-2,8%

31.12.2009	26 505,0	-5 038.2	-15,9
31.12.2010	34 576,0	+8 071.0	+30,45%
31.12.2011	31 794,6	-2 781.4	-8,04%
31.12.2012	24 546,2	-7 248.4	-22.80%
31.12.2013	20 415,7	-4 130.5	-16.83%
31.12.2014	7 533,3	-12 882.4	-63.10%
31.12.2015	13 300,0	+5 766.7	+76.55%
31.12.2016	15 539,3	+2 239.3	+16.84%
31.07.2017	18 035,5	+2 496.2	+16.06%

З таблиці 2 видно, що фонд 2017 року (станом на 31.07), в порівнянні з 2007 роком, зменшився на 14 443,56 млн доларів США. Починаючи з 2011 року показник опускався, поки не досягнув найменшої позначки за увесь період. Так у 2014 році, резерв за чотири роки зменшився на 24 261, 2 млрд доларів США, досягнувши позначки 7 533,3 млрд доларів США. Якщо порівнювати данні поточного року з даними за 2014 рік, то можемо побачити значне зростання резерву. В період з 31.12.2014 року до 31.08.2017 резерв збільшився на 10 502 млрд доларів США, що вказує на позитивні зміни. До того, Національний банк України спрогнозував зростання міжнародних резервів до кінця 2018 року до 27,1 млрд дол. США. [3]

Отже, підсумовуючи усе вищезгадане, можна зробити висновок, що золотовалютний резерв – це запаси ліквідних активів, які використовують для міжнародних макроекономічних розрахунків країни, погашення зовнішніх боргових зобов'язань, регулювання ринкових валютних курсів національних грошових одиниць, який знаходиться у розпорядженні Національного банку України. В критичних ситуаціях фонд може слугувати джерелом покриття дефіциту торгового або платіжного балансу.

Золотовалютний фонд України у 2014 році перебував у вразливому стані, але за три наступних роки міцнішав та поповнював фонд, що позитивно вплинуло на економічний стан країни. За прогнозами Національного банку України, золотовалютний фонд буде продовжувати рости, що зміцнить позиції країни та буде захищати від впливу макроекономічних ризиків.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про державний матеріальний резерв» // Відомості Верховної Ради України, 1999. - № 29, ст.238
2. Статистика зовнішнього сектору [Електронний ресурс]. – Режим доступу: -https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=7693066
3. Основні засади грошово-кредитної політики НБУ на 2018 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=55564681
Южз-

Стефановський Олександр Олександрович
студент
Науковий керівник:
Красуленко Тетяна Григорівна
старший викладач кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Для будь-якого рівня розвитку економіки та будь-яких економічних умов господарювання підприємства функціонують в умовах конкуренції, що породжує необхідність пошуку ними шляхів укріплення своїх позицій на ринку. Сучасний стан економіки України має не досить позитивні характеристики, а український бізнес, відповідно, знаходиться не в найкращому середовищі, адже для активної його роботи, потрібно знаходити та завойовувати нові ринки збуту та функціонувати у нестабільних економіко-правових умовах. Це процес комплексний, що потребує кропіткої роботи та відображає його актуальність.

Саме тому, метою нашого дослідження є виявлення впливу іміджу підприємства на рівень його розвитку та конкурентоспроможності.

Поняття конкурентоспроможності та іміджу є достатньо складними та мають ряд узагальнень та визначень.

Незалежно від бажань самої організації імідж - об'єктивний фактор, що грає істотну роль в оцінці організації, в тому, як її сприймають клієнти, співробітники, та й сам керівник. Імідж - це потужний інструмент, якщо керівник майстерно оволодіє ним, то проблеми з кількістю покупців та партнерів проходитимуть не так болюче для підприємства. Крім того сформований імідж підприємства укріплює позицію конкурентоспроможності на ринку, сприяє успішній діяльності підприємства в довгостроковій перспективі, підкреслює ефективність менеджменту, збільшує популярність, що відбивається на рівні продажів і полегшує розпізнавання продукції підприємства на ринку. Проте похабне відношення до нього може привести до великих проблем.

На нашу думку, одним з основних інструментів покращення становища будь-якого підприємства на ринку є його позитивний імідж. Саме імідж вирізнятиме його серед аналогічних за видом діяльності конкурентів, зміцнюватиме його ринкові позиції, збільшуватиме ринкову вартість,

розширюватиме коло постійних споживачів. Але імідж не підлягає купівлі-продажу, він формується роками у результаті стабільної та якісної роботи. Імідж є об'єктивним фактором, що має вагоме значення у оцінці конкурентоспроможності підприємства і недостатня увага до його формування та підтримання істотно звужує можливості підприємства [1].

Відомо, що в умовах жорстокої конкуренції всі виробники по різному виділяють свій товар поміж інших, як правило, використовуючи ряд маркетологічних заходів, зміцнюючи рекламну підтримку, використовуючи засоби стимулювання збуту тощо. Окрім того, з можливістю виходу вітчизняної продукції на світовий та європейський ринки, значно зростає і потреба в покращенні якості продукції, що також сприятиме формуванню позитивного іміджу підприємства. [2, с. 27]. Але, значна кількість учасників ринку основоположним в успіху компанії вважають лояльність споживачів.

Продовжити "життя товару" на ринку в контексті життєвого циклу товару можна, якщо забезпечити його конкурентоспроможність.

Дослідити дану теорію можна на принципі ТОВ «Кулиничі». Товариство було засноване в 1995 році в селі Харківської області, але за 22 роки воно займає провідну позицію в Україні. Секрет підприємства полягає в тому, що свою продукцію вони виготовляли за технологією «Part Baked» (Виготовлення продукції на 90%, а потім різка заморозка, з подальшим допіканням продукції на місці продажу). Це виділяло дану продукцію поміж інших, так і зародився імідж ТОВ «Кулиничі» [4]

Робота над формуванням іміджу складна і потребує часу, але необхідна і ця необхідність невпинно зростає. Щоб передбачити зростання іміджу підприємства потрібну звернути увагу на такі показники:

- загальна популярність
- швидкість реагування на замовлення
- гнучкість цін
- інноваційність, сучасність.

Головною функцією іміджу є формування позитивного відношення до бренду. Якщо позитивне відношення сформоване, то за ним, як результат впливу соціальних зв'язків, обов'язково слідкуватиме довіра і, у свою чергу, - високі оцінки і впевнений вибір споживачів. До того ж позитивний імідж, як правило, сприяє підвищенню престижу, а отже, авторитету і впливу.

При формуванні ефективного іміджу Українським підприємствам потрібно виразно уявляти собі який імідж конкретно необхідний їм. Природний, позитивний, привабливий але потрібне чітке визначення для подальшого створення плану та стратегії розвитку, спрямованість його просування. Одна з найефективніших форм початкового створення іміджу – яскравий, зрозумілий логотип, який легко запам’ятати, який буде постійно всіх «сидіти в голові». Так ми збільшимо кількість прихильників продукції, що збільшує наші обсяги реалізації і як наслідок збільшені прибутки.

Отже проаналізувавши вищезазначену інформацію, можна зробити висновок, що найважливішим в перегонах за «ринками збуту» є конкуренція. А одним із основних складових конкурентоспроможності є імідж підприємства. В знак підтвердження ми наводили приклад з ТОВ «Кулиничі». Отже, для ефективного розвитку необхідно досліджувати та аналізувати ринок, ставлення споживача до певного товару чи послуг, і це забезпечить справжній позитивний та дієвий імідж для компанії, що є запорукою його конкурентоспроможності.

Формування іміджу підприємства - це мистецтво, яке вимагає тривалої і трудомісткої роботи. Важливо прагнути до того, щоб бажаний імідж відповідав реальному. Щоб створений образ відповідав вимогам суспільства і відбивав індивідуальність фірми. За допомогою управління іміджем можна впливати і керувати емоціями споживачів, що є основною цінністю в умовах сучасного ринку.

Список використаної літератури

1. Бондаренко С. М. Імідж організації: сутність, зміст та основні етапи формування / С. М. Бондаренко, К. В. Ліфар // Вісник київського національного університету технології та дизайну. – 2014. – № 2 (11). – С. 1-7.
2. Васильців Т.Г. Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку споживчих товарів / Т.Г. Васильців // Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. – Львів : Вид-во ЛКА. – 2007. – Вип. 8. – С. 26-31.
3. Єлець О.П., к.е.н., доцент доцент кафедри економіки підприємства Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] – режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_082.pdf
4. Історія розвитку ТОВ «Кулиничі» [Електронний ресурс] – режим доступу: http://www.kulinichi.com/ua/about-company/history.html
5. Пшенишнюк І.О. Імідж підприємства як метод конкурентної боротьби / І.О. Пшенишнюк // Економіка та держава : наук.-практ. журнал. – 2011. – № 5. – С. 19-21.

Федорчук Анжеліка Олегівна
студентка
Науковий керівник:
Митяй Світлана Анатоліївна
ст.викладач кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному ринку більш складніше залучити споживачів, ніж утримати їх. Саме тому важливо налагодити міцні взаємовідносини споживачів із підприємством.

Сучасна економіка характеризується гострою конкуренцією, керівництво компанії потребує постійну модернізацію бізнес-процесів підприємства, використання нових інноваційних технологій.

В умовах конкуренції маркетинг та інновації є основою у підтриманні конкурентоспроможності компанії з початку виходу її на ринку. Але налагодження обопільного взаємозв'язку між інноваціями та маркетингом не підвищить на ринку конкурентоспроможність компанії. Інноваційний маркетинг повинен формувати конкурентні переваги компанії не тільки на ринку, але й поза ним.[1, с.26]

Саме тому в маркетинг стрімко ввійшла мережа Інтернету та потужні інформаційні технології. Швидкий розвиток мережі змінив бачення про засоби комунікації та реклами і це призвело до створення інтернаціонального середовища, формування інформаційних мереж, що робить вплив на різноманітні сфери людської діяльності. Глобальні технології сформувались одночасно і сферою для спілкування, і ринком для мільйонів потенційних покупців.

Існує ряд конкурентних переваг для покупців, які формують вирішальну роль в процесі прийняття рішення про пошук необхідних товарів і послуг за допомогою мережі: зручність, повнота інформації, мінімум переживань, доступність, конфіденційність.

Електронна комерція дає певний виграш і продавцям: швидка адаптація до ринкових умов, зменшення витрат, побудова взаємин, охоплення аудиторії, доступність і великим і малим фірмам, наявність додаткових можливостей. [2, с.103]

Ресурси Інтернету використовуються в таких напрямах маркетингової діяльності: реклама, підтримка ділових зв'язків і зв'язків з громадськістю, підтримка споживачів, поширення торгової марки компанії, вивчення ринку, стимулювання збуту, проведення маркетингових досліджень.

Впровадження Інтернет-маркетингу підштовхує до взаємодії сучасних українських підприємств з клієнтами, надаючи особисте обслуговування в зручний час, організовуючи ефективний зворотний зв'язок, оперативно отримуючи маркетингову інформацію і на цій основі приймаючи обґрунтовані та ефективні маркетингові рішення.

Як показали результати дослідження, впровадження нових технологій Інтернет-маркетингу сприяє зростанню конкурентоспроможності підприємства.

Важливими елементами інтернет-маркетингу, що відрізняє його від будь-яких інших складових маркетингової діяльності є змога інтерактивних маркетингових досліджень, що включають вивчення ринків, споживачів, конкурентів, та комунікативну політику - отримувати будь якому бізнесу нові унікальні можливості (формування систем інтернет-комунікацій, проведення рекламних кампаній, організацію збуту, онлайн формування брендів та ін.). Поміж того, роль, яку виконує Інтернет, не обмежена тільки комунікативними функціями, а і надає можливість укладання угод, здійснення покупок і проведення платежів, даючи йому риси інтернаціонального електронного ринку [3, с.15].

Сучасним підприємствам потрібно дотримуватись наступних компонентів в Інтернет-маркетингу:

– Продукт (товар). Обов'язкова умова: те, що реалізується через мережеві ресурси, повинне відрізнятися якістю або якимись унікальними властивостями, щоб конкурувати з іншими сайтами і звичайними магазинами.

– Ціна. Вважається, що в інтернеті ціни дещо нижчі, ніж в «реалі».

– Просування – багаторівнева розкрутка як самого сайту, так і окремих товарів. Цей елемент включає цілий арсенал інструментів SEO, контекстну, інтерактивну і банерну рекламу, роботу з громадами в соцмережах і блогами.

– Точка продажу – власне сайт. Функціональний ресурс повинен мати оригінальний дизайн, якісну навігацію, юзабіліті вищого рівня.

Важливу роль відіграють і інші складові частини: цільова аудиторія, контент (вміст), залучення відвідувачів на маркетингові процеси.[4]

Для багатьох закордонних фірм питання вже полягає не в тому, чи варто використовувати в сфері маркетингу Інтернет, а в тому, який бюджет на це виділити і як ефективно його розподілити. Збільшення кількості Інтернет-користувачів відкриває нові можливості для взаємодії з потенційними клієнтами та виводить електронний маркетинг на новий необхідний для використання підприємствами рівень.

Фактично Інтернет-маркетинг вміщує цілий комплекс складових: не тільки банерну рекламу і зв'язки з громадськістю, але й методики проведення маркетингових досліджень в Інтернеті, вивчення попиту і споживчої аудиторії, методи і засоби проведення ефективних рекламних кампаній, способи правильного позиціювання торговельної марки на ринку.[5, с.51]

Отже, Інтернет-маркетинг надаючи можливість ефективного ведення бізнесу в Інтернет мережі, знижує витрати виробництва, здійснює ефективні

маркетингові дослідження, автоматизує процеси купівлі-продажу, інформуючи покупців проводить аналіз ринку, підвищує ефективність взаємодії споживача і продавця, тим самим забезпечує конкурентоспроможність підприємства.

Список використаної літератури

1. Шкляєва, Г.О. Інтерактивні маркетингові комунікації у менеджменті підприємства [Електронний ресурс] // Економічний нобелівський вісник. – 2014. – № 1 (7). – 513 с http://duep.edu/uploads/vidavnitstvo14/ekonomichnij-nobelivskij-visnik-114/7653.pdf
2. Гэлловэй Л. Операционный менеджмент. Принципы и практика / Л. Гэлловэй. – СПб. : Питер, 2002. – 320 с
3. Вірін, Ф.Ю. Інтернет-маркетинг: повний збірник практичних інструментів [Текст] /Ф.Ю. Вирин. - М .: Ексмо, 2010. - 160 с.
4. Кузнєцова, Н. Інтернет-маркетинг в Україні: проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / Н.Кузнєцова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка Економіка. - № 137.- 2012. - Режим доступу: http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles/Internet_Marketing_in_Ukraine_Problems_and_Perspectives_18908.pdf
5. Котлер Ф., Тріас де Без Ф. Нові маркетингові технології. Методикистворення геніальних ідей / [пер. з англ. Т. Виноградової, Л. Царук]. - СПб: Изд. Нева »,2004. - 192 с.

Фіяло Ілона Анатоліївна
студентка групи МСБі-15-2
УДФСУ
Науковий керівник:
Марченко Ольга Іванівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства
УДФСУ

ПОДАТКОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ У СФЕРІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку нашого суспільства за умов побудови ринкової економіки і сучасних процесів інтеграції та глобалізації на світовому рівні, роль податків у забезпеченні національної економічної безпеки значно

зростає, а з ними відповідно податкова безпека підприємства. Така тенденція пов'язана з тим що податки відіграють базову роль функціонування та існування держави.

Проблеми економічної безпеки останнім часом все частіше опиняються в центрі громадської уваги, стають предметом обговорення як представників різних областей наукового знання, так і владних структур.

Загальновизнаним є те, що економічна безпека є комплексною категорією, що визначає важко структуроване, багаторівневе явище громадського життя, яке по різному трактується для макро- та макрорівнів. Так, на рівні окремих суб'єктів господарювання економічна безпека розглядається як кількісна та якісна характеристика суб'єкта господарювання, яка відображає його здатність реалізувати власні стратегічні економічні інтереси при певних зовнішніх умовах завдяки захисту від існуючих і потенційних загроз та використанню можливостей, що надає зовнішнє середовище [4, с. 22].

Однією із найбільш суттєвих загроз є існуюча податкова система. Тому застосування різноманітних методик для організації та ведення роботи із забезпечення податкової безпеки підприємства є життєво необхідною компонентою його економічної безпеки. Тому що у свою чергу, податкова безпека підприємства вирішує усе коло питань, що направлене на легальне зменшення впливу зовнішнього податкового середовища підприємства, від планування податків до їх фактичного зменшення, а також пристосування або відстоювання отриманої податкової вигоди перед податковими органами [2].

На нашу думку, сутність податкової безпеки повинна розглядатись через завдання, що вирішуються за її допомогою:

- забезпечення стійкого розвитку і зміцнення фінансової безпеки підприємства в стратегічному періоді;
- отримання додаткових конкурентних переваг як результату зниження податкового навантаження і її зміщення на пізніші періоди;
- формування іміджу добросовісного платника податків, що використовує виключно правові методи управління податковими платежами, що не піддає вкладення власників і інвесторів додатковим податковим рискам;
- формування податкової культури та довіри до держави всіх платників податків [1, с. 69-73].

До числа основних заходів по формуванню податкової оптимізації безпеки підприємства збоку держави слід віднести:

- формування податкової облікової політики, що дозволить зменшувати величину податкової бази по податку на прибуток в поточному податковому періоді і переносити навантаження на подальші періоди;
- скорочення витрат невиробничого характеру, які не можуть бути визнані для цілей обчислення податку на прибуток, і не дозволяють відшкодувати ПДВ;

- забезпечення ведення роздільного обліку по окремих товарах і видах діяльності, оподатковуваних ПДВ по різних ставках, що дозволяє обґрунтовано застосовувати різні ставки ПДВ;
- використання можливості застосування спеціальних податкових режимів з м'якшим податковим навантаженням, які б стимулювали підприємства добросовісно сплачувати всі податки і не виходити в тінь;
- застосування усіх можливих податкових пільг і положень, що знижують податковий тягар, від яких у деяких випадках підприємство відмовляється з причин суб'єктивного характеру;
- проведення експертизи договорів організації з метою забезпечення їх юридичної чистоти і мінімізації ризиків;
- підвищення кваліфікації персоналу в області оподаткування [3, с. 16-20].

Таким чином, податкова безпека є одним з основних компонентів побудови ефективної системи економічної безпеки підприємства; перелік методик, що вона може використовувати для виконання своїх завдань, залежить від податкової стратегії підприємства; стратегія податкової оптимізації дозволяє організації максимально ефективно використати фінансові ресурси, не порушуючи норм податкового законодавства; у рамках реалізації стратегії податкової оптимізації підприємству необхідно розробити систему рішень, що зважають на специфіку його діяльності і дозволяють понизити податковий тягар і податкові риски. Забезпечення розвитку економіки України потребує дотримання всіх без виключення умов відповідності елементів податкової безпеки вимогам забезпечення національної економічної безпеки держави. Оскільки політична та економічна ситуація в Україні є нестабільною, тому виникає необхідність у постійному дослідженні цієї проблеми з метою вироблення нових методів, способів та інструментарію забезпечення податкової безпеки держави.

Стратегічно важливим нині є питання розробки концепції податкової безпеки, яка буде містити пріоритетні цілі і завдання досягнення безпеки, шляхи та методи їх досягнення, які б адекватно відображали роль податків у соціально-економічному розвитку держави та суб’єктів господарювання. її зміст повинен координувати загальнодержавні дії у сфері забезпечення безпеки на рівні окремих громадян, суб’єктів господарювання, галузей, секторів економіки, а також на регіональному, національному та міжнародному рівнях. Без обґрунтованої концепції податкової безпеки неможливо сподіватись на реалізацію ефективного соціально-економічного розвитку держави.

Список використаної літератури

1. Близнюк А.О. Аналіз загроз економічній безпеці підприємства з врахуванням галузевої специфіки його діяльності / А.О. Близнюк // Вісник Східноукр. нац. ун-ту ім. Володимира Даля. – Луганськ, 2012. – №1 (172). Ч.2. – С. 69-73.

2. Глущенко О.О. Податкова стратегія підприємства як ефективний захід забезпечення його економічної безпеки : [Електронний ресурс] / Глущенко О.О. – Режим доступу: http://www.archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/knp/215/knp21.
3. Цимбалюк І.О. Податкова безпека в системі фінансової безпеки держави: [кол. монографія] / за заг ред. О.В. Кендюхова // Стратегічне управління національним економічним розвитком: монографія: в 2 т. – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТ», 2013. – Т.2. – 392 с. – С. 13-23.
4. Шемаєва Л.Г. Економічна безпека підприємств у стратегічній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища: автореф. дис. ... д-ра екон. наук / Л.Г. Шемаєва. – К., 2010. – 39 с.

Харчук Софія Олександрівна
студентка
Науковий керівник:
Суходольська А. С.
Житомирський державний технологічний університет

СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА СЕРЕД ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ

У наш час проблему зайнятості можна віднести до основних соціально-економічних проблем, яка цікавить не лише окрему людину і суспільство, але і державу в цілому. Актуальність цієї теми спричинена і неймовірно соціально болючими подіями на території нашої країни, які тривають уже три роки. Наші співвітчизники опинилися в жахливій ситуації, вони втратили все нажите майно, змушені були покинути свої вже зруйновані помешкання, змінити місце проживання, змінили соціально-психологічне оточення, втратили коло своїх інтересів та звичний спосіб життя. Головною проблемою для них також залишається працевлаштування та гідна праця на переміщених територіях.

Коли людина має постійну роботу, вона може частково або повністю забезпечити свої особисті потреби та потреби членів своєї сім'ї, забезпечити гідні умови проживання, бути потрібною у суспільстві, отримувати задоволення від роду своєї діяльності, приносити користь суспільству і державі. Здавалося б, немає жодних проблем. Події на Сході нашої держави призвели до руйнації мирного життя тисячі українців, які втратили не лише своє майно, але також свої мрії на щасливе та спокійне майбутнє.

У даному випадку їм просто необхідна допомога держави, яка починається з взяття у державному центрі зайнятості на облік за місцем їх перенаселення. Саме центри зайнятості допоможуть внутрішньо переміщеним особам (далі – ВПО) у пошуку роботи, працевлаштуванні, перенавчанні та відкритті власної справи [1].

Урядом України було внесено зміни до законодавчої бази, згідно яких процедура отримання статусу безробітного для ВПО дещо спрощена. Але більшість вважає, що їх права порушені, або неналежним чином захищені з боку держави. Найбільш поширеними причинами відмови працевлаштування від підприємців для ВПО є відсутність вільних робочих місць, небажання брати на роботу людину з окупованої території чи іншого міста, відсутність досвіду роботи, невідповідність критеріям посади.

Відповідно до статті 24-1 Закону України «Про зайнятість населення» передбачено наступні заходи щодо сприяння зайнятості внутрішньо переміщених осіб:

– компенсація роботодавцям витрати на оплату праці за працевлаштованих безробітних з числа внутрішньо переміщених осіб;

– компенсація витрат на їх перепідготовку чи підвищення кваліфікації;

– компенсація фактичних витрат на переїзд до іншої адміністративно-територіальної одиниці місця працевлаштування та витрати для проходження медичного огляду, якщо це необхідно для працевлаштування[2].

Більшість підприємців свідомо і відкрито говорять про те, що не бажають співпрацювати з такими особами. Пояснити таку ситуацію можливо, якщо розглянути специфіку діяльності окупованої території. Більшість переселенців займалися вугільною промисловість та металургією, тому їхнє працевлаштування дещо обмежене, адже спостерігається відповідне зниження попиту на їхній фах в інших регіонах України. Саме тому для таких переміщених осіб буде досить актуальним пройти професійну перепідготовку та здобути нову професію, яка була би більш актуальною та поширеною на ринку праці. Для осіб, які хочуть пройти перепідготовку або здобути нову професію, служба зайнятості проводить спеціальні консультаційні заняття, спрямовані на розширення інформації щодо потреб ринку праці та майбутнього працевлаштування.

Шляхи вирішення проблем зайнятості для внутрішньо-переміщених осіб:

Почати з відродження малого бізнесу, сприяти розвитку бізнес-ідей безробітних ВПО. Саме це допоможе покращити становище на ринку праці та зняти соціально-психологічну напругу в суспільстві.

Розвивати співпрацю з територіальними громадами – це допоможе пришвидшити адаптацію ВПО, задовольнити потреби ринку праці та забезпечити переміщених достойною заробітною платою та забезпечити гідну працю.

Забезпечити розвиток нових соціально-економічних програм для ВПО, за якими їм надавалися нові робочі місця та тимчасове місце проживання.

Розробка нового механізму підвищення кваліфікації, враховуючи трудові досягнення людини. На цей елемент мало хто звертає увагу, але він є досить важливим, адже зможе підвищити конкурентоспроможність ВПО на ринку праці.

Інформаційна підтримка – відсутність інформації про можливі робочі місця, можливі поселення значно знижують здатність ВПО працевлаштуватися і тим самим не задовольняють потреби ринку праці.

Відкриття спеціальних агентств, які би займалися пошуком роботи для переселенців. Агентства пропонували би не лише постійну роботу, а тимчасову та разова для людей які не можуть постійно працювати [3].

Отже, проаналізувавши проблему зайнятості внутрішньо-переміщених осіб, можна говорити про те, що ця система потребує вдосконалення з боку держави. Актуальним було б створення спеціальної програми захисту переміщених, з урахуванням всіх особливостей цієї групи населення. Важливим є також і те, що суспільство впродовж трьох років поступово прийняло і зрозуміло значення та можливості переселенців. Внутрішньо переміщені особи заслуговують підтримки держави, адже є колосальним людським і соціальним капіталом для приймаючих територій.

Список використаної літератури

1. Рогозян Ю. С. Пропозиції щодо зайнятості для внутрішньо переміщених осіб [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://xn----ctbjbaaa1cngqno8ec6vla.com.ua/load/naukovi_statti/propoziciji_shhodo_zabezpechennja_zajnjatosti_dlja_vnutrishno_peremishhenikh_osib/5-1-0-49.- Дата звертання: 05.10.2017.

2. Про зайнятість населення: Закон України №95067 – VI від 05.07.12.- Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/go/5067-17- Дата звернення: 05.10.2017

3. Канівець О. П. Інтеграція внутрішньо переміщених осіб на ринку праці України: досвід і проблеми : тези доповідей круглого столу / О. П. Канівець, Л. Г. Новаш. – К. : ІПК ДСЗУ, 2017. – 106 с.

Холявко Катерина Олександрівна,
студентка VI курсу ННІ економіки, оподаткування та митної справи УДФСУ
Науковий курівник: Юр'єва П.Б., к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки УДФСУ

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ЗАХІДНОЄВРОПЕЙСЬКОГО ІНТЕГРАЦІЙНОГО ВЕКТОРУ УКРАЇНИ

У сучасному світі досить потужною силою економічного розвитку підприємств і країни в цілому є зовнішньоекономічна діяльність, яка охоплює зовнішню торгівлю та виробничо-інвестиційну діяльність.

Оскільки провідною формою ведення зовнішньоекономічної діяльності в Україні та системоутворюючою ланкою розвитку вітчизняних підприємств є зовнішньоторговельна діяльність, вона, безперечно, потребує регламентування з боку держави.

Зважаючи на постійний вплив інтеграційних та глобалізаційних процесів, встановлення світовим ринком конкурентних параметрів виробництва, рівня витрат і споживання, нових стандартів якості та критеріїв ефективності, постає питання вдосконалення системи регулювання зовнішньоторговельної діяльності вітчизняних підприємств із застосуванням досвіду промислово-розвинених країн світу і, у першу чергу, стратегічних партнерів – країн-членів Європейського Союзу.

Багато вітчизняних науковців займалися дослідженням питань, що виникають при здійсненні підприємствами зовнішньоторговельної діяльності та їх державного регулювання, а саме: Зінь Е.А., Дука Н.С., Юшина С.І., Горянська Т.В., Пісьмаченко Л. М., Онищенко О. А. тощо.

Зовнішньоторговельна діяльність (далі − ЗТД) являє собою особливий різновид підприємницької діяльності в області міжнародного обміну товарами, послугами, інформацією, результатами інтелектуальної діяльності [1].

Державне регулювання ЗТД є важливою функцією держави. Саме вона встановлює правові основи для прийняття управлінських рішень, створює умови для розвитку економічно вигідних правовідносин, захищає інтереси як національних суб'єктів господарювання, так і країни в цілому [2, с. 14].

Для того, аби контролювати процес здійснення та розвитку зовнішньоторговельної діяльності українськими підприємствами, державою сформована система регулювання. Складовою системи регулювання ЗТД в Україні є регулюючий механізм, який включає такі методи: правові (виражені у

законодавчих і нормативно-правових актах і спрямовані на встановлення певного устрою у відносинах між суб'єктами); економічні (здійснюють непрямий вплив на рішення, що приймаються суб'єктами) й адміністративні (доповнюють попередні методи для оперативного регулювання ЗТД і вирішення суперечностей між суб'єктами ЗТД) [3, с. 2].

У країнах ЄС контроль та держане втручання у перебіг зовнішньоторговельної діяльності підприємств підкріплюється ефективною системою та інституційним забезпеченням.

В межах ЄС зовнішньоторговельне регулювання здійснюють такі інституції ЄС, як: Рада Європи і Європейська комісія, Європейське об'єднання вугілля і сталі, Європейське співтовариство з атомної енергії, Європейська асоціація вільної торгівлі. З плином часу і входженням до складу ЄС нових членів Суд ЄС надав інститутам достатньо свободи у визначенні рамок своєї компетенції. Ст. 113 Договору про ЄС встановлює виключну компетенцію Європейської Комісії у торговельних переговорах; прийнятті рішень про засади регулювання експорту та імпорту; здійсненні контролю та врегулюванні ринку ЄС. Водночас країнам-членам надано право самостійно приймати оперативні рішення і застосовувати тимчасові та захисні заходи у зовнішньоторговельній діяльності підприємств в односторонньому порядку. Державне регулювання ЗТД в ЄС має здебільшого протекціоністський характер, бо основною метою встановлення квот є захист інтересів ЄС і його товаровиробників [4, с. 6].

Державне регулювання зовнішньоторговельної діяльності підприємств найбільш розвинутих країн ЄС, як-от Німеччини, базується на застосуванні політики стимулювання експорту поряд з дією розвинутої системи фінансування і страхування зовнішньоторговельної діяльності. Також з метою сприяння ЗТД німецьким фірмам надається державна фінансова підтримка для їх участі в зарубіжних виставках і ярмарках, розширюється мережа зовнішньоторговельних палат [5, с. 6]. Крім того, німецький уряд надає гарантії для здійснення прямих інвестицій німецьких компаній за кордон і тим посилює свою експансію на світовому товарному ринку.

Державне регулювання ЗТД підприємств у Франції направлене на підвищення конкурентоспроможності французьких товарів. Воно має комплексний характер і стосується стадій експортного виробництва [5, с. 8]. А методи і засоби, що застосовуються державою, характеризуються цілеспрямованістю, селективністю і надмірною регламентованістю по відношенню до діяльності підприємств.

Зовнішньоторговельна політика Великої Британії базуються на вживанні активних заходів щодо розширення експорту в поєднанні із протекціоністськими заходами щодо імпорту, разом із тим перебуваючи під впливом вимог, що висуваються органами ЄС. Останні ж не збігаються зі стратегією розвитку країни, якою слідує уряд. Це спровокувало країну на рішучий крок – вихід зі складу ЄС.

Таким чином, в умовах глобалізованої конкуренції зовнішньоторговельна діяльність країни не може регулюватися лише законами ринку, для того, щоб вижити в цій боротьбі необхідно сформувати ефективну систему державного регулювання зазначеної сфери. З цією метою держава має використовувати різні методи й інструменти, враховуючи їх сукупний вплив та економічний ефект на загальний характер торгової політики підприємств і на можливі заходи від їх потенційних партнерів. Використання досвіду промислово-розвинутих країн-членів ЄС відкриє можливість економічного зростання як для національних підприємств, так і для економіки країни в цілому.

Список використаної літератури

1. Зовнішньоторговельна діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://techtrend.com.ua/index.php?newsid=314
2. Юшина С.І. Державне регулювання зовнішньої торгівлі в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. 12.00.07 «Теорія управління; адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право» / С.І. Юшина. – Київ, 2006. – 18 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mydisser.com/ua/catalog/view/6/352/2282.html
3. Складено на основі: Онищенко О. А. Механізм державного регулювання зовнішньої торгівлі / О. А. Онищенко // Теорія та практика державного управління. – 2009. – Вип. 2. – С. 258 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2009-2/doc/3/15.pdf
4. Договір про Європейський Союз : Міжнародний документ від 07.02.1992 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_029
5. Пісьмаченко Л. М. Досвід державного регулювання зовнішніх економічних відносин у країнах із розвинутою ринковою економікою /Л.М. Пісьмаченко// Державне будівництво. – 2007. – № 1(2) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2007-1-2/doc/5/02.pdf

Храпунова Олександра Ігорівна
магістрант
Науковий керівник:
ГаєвськаЛарисаМиколаївна
к.е.н., доцент, доцент
кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

У нинішній час розвиток України характеризується істотними змінами в економічних відносинах. Однією із головних галузей народного господарства є торгівля. З переходом до ринкових відносин ускладнюються проблеми реалізації товарів та надання послуг. Удосконалення організації торговельного обслуговування населення і підвищення економічної ефективності підприємств роздрібної торгівлі багато в чому залежать від правильного формування асортименту товарів у магазинах.

Формування асортименту, який сприяє оптимізації прибутку, ґрунтується на завчасно вибраних цілях та завданнях. Це визначає асортиментну політику підприємства, що прагне бути конкурентоспроможним. Також, при правильному виборі асортиментної політики торгового підприємства задовольнятиметься попит споживача.

Вивчення елементів, основ і завдань асортиментної політики є важливим завданням науковців. Слід визначити таких відомих авторів, як Ф. Котлер, І. Ансофф, Л.В. Балабанова, А. В. Войчак, А. А. Мазаракі, І. А. Бланк, та ін.. Їхні роботи та методичний інструментарій присвячені різним аспектам формування товарного асортименту торговельного підприємства, асортиментної політики і оптимізації діяльності підприємств торгівлі в цілому.

Процес добору і визначення номенклатури товарів за різними ознаками, спрямований на задоволення попиту населення і забезпечення високої прибутковості роботи підприємств торгівлі, називається формуванням асортименту. Задля досягнення цієї мети робота з формування асортименту товарів повинна тривати безперервно.

Товарна політика – це комплекс практичних заходів, у межах якого один або кілька товарів використовуються як основні інструменти досягнення цілей підприємства. Товарна політика повинна розроблятися відповідно до вимог споживачів [1, с.24].

Однією з головних проблем товарної політики підприємств є визначення стратегічного набору товарів. Забезпечення умов для досягнення запланованого обсягу товарообороту значною мірою залежить від ефективності асортиментної політики торгового підприємства з підбору для реалізації окремих видів та

різновидів товарів, планування та регулювання асортиментної структури товарообороту.

Економічний зміст поняття «асортиментна політика підприємства» в умовах ринкових відносин займає особливе місце в системі управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства.

Асортиментна політика – це визначення формування та підтримка оптимальної структури товарів, які виробляються та реалізуються з врахуванням поточних та майбутніх цілей підприємства [2].

Як свідчить світовий досвід, ефективне управління стратегією розвитку торговельного підприємства на основі асортиментної політики має ґрунтуватися на [3, с.237]:

— постійному пошуку нових можливостей як у зовнішньому так і у внутрішньому середовищі підприємства;
— пов'язаності з інноваціями, передбаченнями, перспективного уявлення, що передбачає необхідність прогнозування майбутніх змін у конкурентному оточенні торговельного підприємства.

Важливим напрямом підвищення ефективності асортиментної політики є налагодження довготривалих ділових зв'язків з крупними споживачами пропонованої продукції, з причин того, що дані дії допоможуть чітко реагувати на потреби споживача.

Ще одним не менш важливим способом підвищення ефективності асортиментної політики є зниження ціни запропонованої продукції за рахунок чіткого контролю за витратами [4, с.219].

Асортиментна політика торговельних підприємств України повинна враховувати динаміку факторів підвищення купівельної спроможності населення, попит споживачів, загальний рівень достатку, поведінку конкурентів.

Концепція управління асортиментною політикою підприємства передбачає комплекс дій: аналіз ринку і брендів, аналіз комунікації, розподіл, юридичні відносини, відносини з конкурентами, пакування та транспортування, постачання товарів, продаж та післяпродажне обслуговування.

На завоювання міцних позицій, виявлення конкурентів і досягнення конкурентних переваг спрямовує ринкова економіка. Формування відмінних переваг дає змогу зробити стійким або збільшити частку ринку, отримати прибуток, випередити конкурентів, втримати позицію лідера.

Отже, асортиментна політика обумовлюється: сучасними вимогами ринку, стратегією конкуренції, купівельним попитом, темпами виробництва і відновлення продукції, доведенням її до споживачів.

Для результативного управління асортиментом необхідно враховувати значну кількість факторів зовнішнього і внутрішнього характеру, а також додержуватись якісних методів оптимізації асортименту підприємств, що вдосконалить методику розроблення стратегічних підходів асортиментної політики підприємства.

Список використаної літератури

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова // Навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2012 – 612 с.
2. Ф. Котлер Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 12-е видання – СПб.: Пітер, 2008 – 816 с.
3. Вальовіч Р.П. Економіка підприємства торгівлі / Р.П. Вальовіч, Г.А. Давидова – Мн.: БДЕУ, 2003 – 412 с.
4. Карпеко О.І. Планування виробничого асортименту продукції / О.І. Карпеко – Мн.: БДЕУ, 2005 – 343 с.

Цвик Олександр Григорович
магістр
Науковий керівник:
Джеджула Вячеслав Васильович
д.е.н., доцент, професор кафедри
фінансів та інноваційного менеджменту
Вінницький національний технічний університет

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Головною умовою розвитку будь – якої економіки є створення конкурентного середовища, а також налагодження зав'язків між відповідними суб'єктами, що знаходяться в конкурентних умовах і здійснюють активне просування на ринках товарів та послуг.

Конкуренція є головним рушієм для всіх підприємств знаходитись в стані постійного вдосконалення: шукати шляхи зменшення витрат на виробництво та покращення якості продукції, слідкувати за змінами вартості матеріалів, попиту та пропозиції на ринку. Так як саме конкуренція є причиною зникнення певних галузей на ринку, та виникнення інших водночас. Тому для утримання конкурентних переваг, підприємство визначити та дослідити фактори, які безпосередньо впливають на зміну конкурентоспроможності.

На сьогоднішній день існує чимала кількість трактувань терміну «конкуренція». Як економічна категорія, конкуренція – це економічне змагання, суперництво виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та одержання максимального доходу в короткостроковому або довгостроковому періодах [1].

Однією з головних вимог становлення конкурентоспроможності кожного підприємства є виявлення сукупності факторів, які можуть підвищувати або ж знижувати конкурентоспроможність підприємств. На основі аналізу виявлених факторів можна зробити висновки про сильні та слабкі сторони підприємства, розробити та впровадити заходи для підвищення конкурентоспроможності [2].

В економічній літературі найчастіше зустрічається поділ факторів впливу кредитоспроможності підприємств на внутрішні та зовнішні (рис 1).

До національних і міжнародних факторів відносять загальну конкурентоспроможність країни, її імідж на міжнародному ринку, якість роботи державного апарату, сукупність політичних, правових, економічних, природничо – географічних, соціокультурних факторів, рівні розвитку науково – технічного потенціалу та інфраструктури.

До галузевих факторів певні науковці відносять лише ті, що безпосередньо здійснюють вплив на конкурентні пріоритети та утворюються на основі особливостей галузі, регіону: конкурентоспроможність, вартість та доступність ресурсів, підтримка місцевої влади щодо розвитку бізнесу, інвестиційна привабливість, ступінь розвитку інфраструктури регіону.



Рисунок 1. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємств (систематизовано на основі [3-6])

Складові конкурентоспроможності підприємства виходять безпосередньо з потенціалу підприємства і являють собою поєднання виробничого, фінансового, інноваційного, маркетингового, трудового, організаційного потенціалу підприємства. [3] Усі перераховані складові конкурентоспроможності підприємства пов'язані один з одним. Об'єднуючись у єдину сукупність, данні фактори дають змогу охарактеризувати поточний стан і перспективи підприємства по створенню та просуванню власних конкурентних переваг.

Звичайно, ключову роль у конкурентоспроможності підприємства відіграють показники конкурентоспроможності продукції, до яких входять якість продукції та сервісу, розповсюдженість продукції, діяльність маркетингового відділу[4].

При оцінці конкурентоспроможності підприємства слід враховувати фактори що впливають рівень конкурентоспроможності, потенціал та перспективи підприємства, галузей, областей та країни в цілому. Врахувавши запропоновані фактори, можна створити сукупність показників конкурентоспроможності та виявити методи її оцінки, що дасть можливість усунути недоліки підприємства. Контролюючи та своєчасно реагуючи на зміни в перерахованих показниках можна підтримувати або ж покращувати рівень конкурентних переваг підприємства, визначати стратегію управління конкурентоспроможністю підприємства.

Список використаних джерел

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков/ - М.:Тип.Новости, 2000.-256с.

2. Чумак Л.Ф. Фактори впливу а формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств / Л.Ф. Чумак // Экономика и управление. - № 1. – 2013. – с. 62-69.

3. Костюк JL А. Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності / JL А. Костюк // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. (Економічні науки). - 2012. - Випуск 2. - *С. 22* - 30.

4. Гончарук Т. І. Методологія конкурентоспроможності: досвід теорії та теорія досвіду // Вісник Української академії банківської справи. – 2010. – № 2. – С. 3–10.

5. Джеджула В. В.. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств // Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Цвик О. Г. // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – №4. – С. 5–8.

6. Єпіфанова І. Ю. Напрямки забезпечення конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі в Україні / Єпіфанова І. Ю., Гайдей М. О. // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 23. – С. 53-57.

Цуканова Лілія Володимирівна,
5 курс, факультет економіки і менеджменту
Донбаської державної машинобудівної академії
Науковий керівник
Грибкова Світлана Миколаївна,
к.т.н., доцент кафедри економіки підприємства

ПРОБЛЕМИ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Іноземні інвестиції – це найбільш затребувана форма капіталовкладень для країн, що розвиваються, в силу того, що вони допомагають реалізації масштабних проектів, сприяють надходженню в країну новітніх технологій тощо [1, с. 12].

Які ж галузі України найбільш привабливі для зарубіжних інвесторів? По-перше, наша країна має величезний потенціал у розробці інформаційних та комп'ютерних технологій, особливо у взаємодії з польським IT-бізнесом. По-друге, це аграрний сектор. Сюди Україна повинна залучати якомога більше інвесторів, адже інжиніринг, хімія, машинобудування мають великі перспективи в своєму розвитку, і ці галузі треба підтримувати [2].

За даними рейтингу Doing Business групи Всесвітнього банку у 2017 р. Україна займає 80-те місце за простотою ведення підприємницької діяльності, що є не зовсім поганою тенденцією. В цьому та подібних рейтингах інвестиційної привабливості враховують такі показники, як реформування, ВВП та ін. Але, як показує практика, іноземні інвестори керуються зовсім іншими даними, тому інвестиційна ситуація в країні не зовсім втішна [3]. Це можна спостерігати на рис. 1. Як бачимо на графіку, з початком війни у 2014 р. відбувся величезний спад обсягу прямих іноземних інвестицій в Україну (на 81%). І хоча у 2015-2016 рр. ситуація покращилася, цього все одно не достатньо.

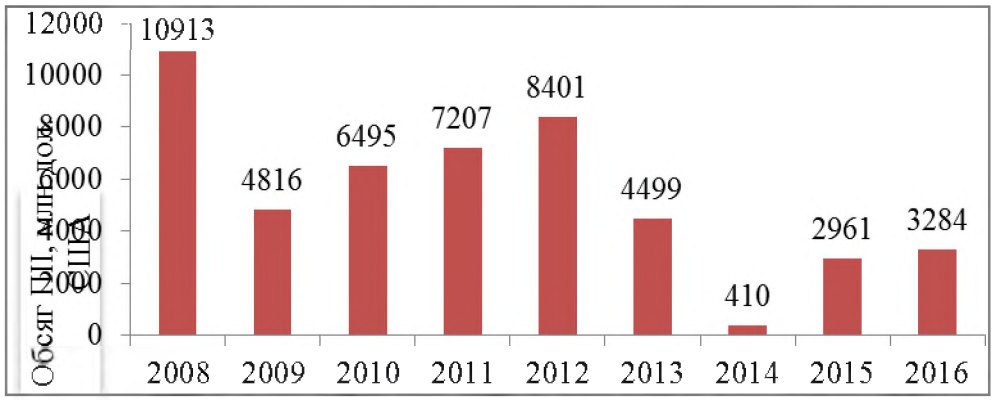


Рис. 1. Прямі іноземних інвестиції в Україну з 2008 по 2016 рр. [4].

Та, як не дивно, іноземні інвестори не вважають збройний конфлікт на Сході причиною небажання інвестувати в Україну, існує ряд інших причин.

Ще 19.03.1996 р. було прийнято Закон «Про режим іноземного інвестування», яким прописані права іноземних інвесторів, але на практиці ці механізми гарантування захисту прав не працюють. І на першому місці стоїть проблема захисту прав власності. Наприклад, придбавши якусь будівлю, вкладники не можуть бути впевненими, що її не заберуть.

Що стосується аграрного сектору, то першочерговою проблемою виступає лібералізація ринку землі, яка полягає у постійній зміні процесу отримання земельних ділянок, у відсутності чітких інструкцій щодо викупу та оренди землі для ведення господарської діяльності.

Далі йде проблема дозволу на тимчасове перебування в Україні, яке неодмінно необхідне інвесторам для ведення бізнесу. Цей дозвіл треба постійно продовжувати, що є дуже затяжною і складною процедурою, а для західного світу – навіть, дивною. В інвесторів немає гарантії, що за рік вони отримають усі необхідні документи для перебування в нашій країні, тому не мають бажання інвестувати сюди. У жовтні 2016 р. на першому читанні був прийнятий законопроект про зменшення бар'єрів для залучення іноземних інвестицій, але, на жаль, на цьому в парламенті зупинилися [5].

Наступна проблема – висока бюрократизація процедури отримання дозволу на роботу. Цей документ можуть або затримати на декілька місяців, або не видати взагалі.

Великі труднощі виникають при репатріації капіталу, інвестори не можуть повернути вкладені в Україну кошти. Існує безліч обмежень для вивозу інвестованого капіталу і прибутку.

Вже застаріле валютне законодавство дуже повільно реформується, тому не стимулює ринок. Валютні, кредитні та інші ризики стають перепоною до прийняття рішень про інвестування в Україну. Але вже з початку 2017 р. вносяться зміни до деяких законодавчих актів щодо лібералізації валютних операцій.

Менш значні, але теж проблемні нюанси стосуються і адміністративних послуг. Отримати ту чи іншу дозвільну документацію можна тільки через посередників у зв'язку з високим рівнем корупції. Це стосується таких дрібниць, як оформлення оренди житла, прописки, реєстрації тощо. Тому всебічні та всеохоплюючі реформи повинні бути проведені і у сфері боротьби з корупцією, управління держапаратом та інше.

Також для іноземних інвесторів існують складності з відкриттям рахунків, постійні проблеми з підтвердженням транзакцій. Навіть низький рівень знання англійської мови знижує бажання інвесторів фінансувати український бізнес [6, с.44].

Звісно, дивлячись на усі ці проблеми, більшість іноземних інвесторів відмовиться від капіталовкладень в Україну. Кожен інвестор хоче інвестувати в

економічно розвинені країни, щоб бути впевненим у ефективному використанні своїх вкладень, в отриманні гарантованих прибутків.

Нашій країні слід зосередитися на вдосконаленні законодавства, більш ефективному реформуванні, на подоланні корупції, чіткої прогнозованості фіскальної політики.

Також за думкою деяких українських політичних діячів, капіталовкладення іноземних інвесторів будуть можливі лише тоді, коли українські підприємці почнуть інвестувати в національну економіку. Для зарубіжжя це головний орієнтир.

Вирішення всіх цих проблем неодмінно стимулюватиме закордонних вкладників впевнено інвестувати в Україну, яка має неабиякий потенціал як для економічного піднесення взагалі, так і для успішної інвестиційної політики зокрема [7].

Список використаної літератури

1. Бєлоусова О.С. Проблеми розвитку сучасного інвестиційного ринку України / О.С. Бєлоусова // Економіка та держава. – 2007. – № 7. – 112 с.
2. Інвестиційний клімат України: проблеми формування та заходи поліпшення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://old.niss.gov.ua/Monitor/12.htm (дата звернення 20.09.2017).
3. Європейська бізнес-асоціація [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.eba.com.ua (дата звернення 26.09.2017).
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 27.09.2017).
5. Петренко А.М. Проблеми захисту прав інвесторів в Україні [Електронний ресурс] / А.М. Петренко // Юридична газета. – 2017. – Режим доступу: http://yur-gazeta.com (дата звернення 27.09.2017).
6. Грибкова С.М. Огляд сучасного стану прямих інвестицій в українську промисловість / С.М. Грибкова, Матернюк Т.Е. Науковий вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – Краматорськ: ДДМА, 2017. – №1 (22Е). – 120 с.
7. Швидко Д.О. Проблеми фінансування в Україні [Електронний ресурс]. – 2017. - Режим доступу: http://24tv.ua (дата звернення: 26.09.2017).

Черкашина Аліна Олександрівна
Шопіна Анна Михайлівна
студентки
Головко Олена Григорівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Харківський навчально-науковий інститут

ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ТА ЇЇ РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ринкові перетворення в економіці України здійснюються під впливом багатьох факторів, котрі обумовлюють невизначеність характеристик майбутнього стану зовнішнього та внутрішнього середовища для окремого підприємства. У зв'язку з цим підприємства усіх форм власності та господарювання можуть забезпечити перспективу власного існування тільки на основі стратегічного управління, одним з найважливіших компонентів якого є процеси формування і реалізації фінансової стратегії.

Важливість ролі фінансової стратегії обумовлена сутнісною природою головних економічних категорій – фінансів, грошей і кредиту, що виступають фундаментом її побудови. Рух цих категорій, підпорядкований законам розвитку ринку, їх участь у відтворювальному процесі, універсальний характер з точки зору виконання ними функцій утворення, розподілу й використання фінансових ресурсів для будь-якого бізнесу визначають особливий статус всіх похідних від них категорій, в тому числі фінансової стратегії.

За таких умов зростає значення фінансової стратегії як дієвого інструменту стратегічного управління фінансовими процесами підприємства[1].

На сучасному етапі розвитку економіки науковці та практики у своїх дослідженнях все більше уваги звертають на проблему формування фінансової стратегії підприємств, як складової загальної стратегії. Такий підхід пов'язаний з тим, що фінансова діяльність суб'єктів господарювання вже не може бути звуженою до оперативного управління окремими складовими фінансових ресурсів: джерелами та напрямками їх використання, тому є різні трактування «фінансовою стратегії підприємства», які можемо розглянути в таблиці 1.

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності поняття фінансова стратегія підприємства

Автор	Визначення	Визначальна риса
Власова К.Е., Кирова О.В. [1]	довготривалий курс цілеспрямованого управління фінансами для досягнення загальноорганізаційних стратегічних цілей.	Довготривалий курс

Гончаренко О.М. [2, с. 37], Янковська В.А. [3, с. 183]	визначення довгострокових фінансових цілей та завдань підприємства, що включають в себе формування, управління та планування його фінансових ресурсів з метою підвищення вартості підприємства за умови забезпечення фінансової рівноваги.	Визначення довгострокових фінансових цілей та завдань підприємства
Дикань В.Л., Зубенко В.О., Шраменко О.В. [4, с. 160]	загальний план визначення фінансових потреб і фінансових результатів, а також альтернативного вибору джерел фінансування з метою мінімізації вартості капіталу та максимізації прибутку.	Загальний план
Кузнєцова О.А., Дворнікова Ю.В. [5]	система відносин, пов'язаних з досягненням і вирішенням довгострокових цілей і завдань фінансової діяльності організації, і орієнтовані на пошук ефективних шляхів її досягнення і розв'язання	Система відносин
Петрова А.І., Заруднєв О.І. [6]	складна багатофакторна орієнтована модель дій і заходів, необхідних для досягнення поставлених перспективних цілей у загальній концепції розвитку щодо формування і використання фінансово-ресурсного потенціалу	Складна багатофакторна орієнтована модель дій
Шевченко Т.Є., Лозовська О.І. [7, с. 227]	фінансова програма розвитку діяльності підприємства, що включає методи формування фінансових ресурсів та забезпечення фінансової стійкості підприємства в ринкових конкурентних умовах функціонування	Фінансова програма

Таким чином, можна узагальнити, що фінансова стратегія підприємства – це визначення довгострокових фінансових цілей та завдань підприємства, що включають в себе формування, управління та планування його фінансових ресурсів з метою підвищення вартості підприємства за умови забезпечення фінансової рівноваги.

Загалом фінансова стратегія підприємства: охоплює всі основні аспекти управління фінансовими ресурсами підприємства та розвитку його фінансових відносин з партнерами; забезпечує коригування джерел формування, напрямів розміщення та використання фінансових ресурсів залежно від змін чинників внутрішнього фінансового середовища підприємства; сприяє швидкій адаптації до змін, які відбуваються у зовнішньому фінансовому середовищі підприємства; обґрунтовує стратегічні орієнтири фінансової діяльності підприємства; є основною для прийняття стратегічних рішень щодо підвищення ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства [8, с. 63].

Фінансова стратегія, включаючи різноманітні методи та інструменти формування фінансових ресурсів, їх розподілу та використання, орієнтована на збільшення ринкової вартості підприємства, а також добробуту його власників в умовах швидкозмінного зовнішнього середовища.

Таким чином, в умовах мінливого зовнішнього середовища фінансова стратегія є потужним інструментом забезпечення фінансової стійкості

підприємства та досягнення стратегічних фінансових цілей його керівництва і власників, оскільки реалізація будь-якого рішення, як правило, пов'язана із його фінансовим забезпеченням. Формування фінансової стратегії пов'язане з постановкою цілей і завдань підприємства, підтримкою фінансових взаємозв'язків між підприємством і суб'єктами навколишнього середовища. Підприємство досягає своїх стратегічних фінансових цілей, коли зазначені взаємозв'язки відповідають її внутрішнім фінансовим можливостям, а також дозволяють їй залишатися сприйнятливою до зовнішніх соціально-економічних вимог.

Список використаної літератури

1. Власова К.Э. Финансовая стратегия: теоретические основы и методика разработки / К.Э. Власова, Е.В. Кирова // Современный менеджмент: проблемы и решения: материалы Международной заочной научно-практической конференции (1 февраля 2010 года). – Новосибирск, 2010. – С. 62–71. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://sibac.info/conf/manag/ia/51429.

2. Гончаренко О.М. Фінансова стратегія: теоретичні питання розробки та реалізації / О.М. Гончаренко/ Вісник соціально-економічних досліджень. – 2015. – Вип. 1. – № 56. – С. 35–40.

3. Янковська В.А. Фінансова стратегія та її роль у розвитку підприємства / В.А. Янковська // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – № 50 (1023). – С. 182–187.

4. Стратегічне управління: [навч. посіб.] / [В.Л. Дикань, В.О. Зубенко, О.В. Маковоз, І.В. Токмакова, О.В. Шраменко]. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 272 с.

5. Формирование финансовой стратегии организации / [О.А.Кузнецова, И.А. Ишеева, Ю.В. Дворникова] // Концепт. – 2013. – Спецвыпуск № 4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://e-koncept.ru/2013/13533.htm.

6. Петрова А.И. Финансовая стратегия как инструмент управления стоимостью предприятия в современных экономических условиях / А.И. Петрова, А.И. Заруднев// Современные научные исследования и инновации. – 2013. – № 10. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://web.snauka.ru/issues/2013/10/26684.

7. Шевченко Т.Є. Методичні підходи до управління фінансовою стратегією підприємства / Т.Є. Шевченко, О.І. Лозовська // Сучасні проблеми економіки та підприємництво. – 2014. – Вип. 14. – С. 225–230.

8. Гончаренко О.М. Фінансова стратегія: теоретичні питання розробки та реалізації / О.М. Гончаренко/ Вісник соціально-економічних досліджень. – 2015. – Вип. 1. – № 56. – С. 35–40.

Чумаченко Олена Валеріївна,
магістр,
Вінницький національний технічний університет
Науковий керівник:
Єпіфанова Ірина Юріївна
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту

ЯПОНСЬКА ФІЛОСОФІЯ «КАЙДЗЕН» - ЗАПОРУКА ВДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

На сьогодні економіко-політична криза в Україні спричинює втрату якісного кадрового потенціалу. В умовах кризи стало очевидним, що використовувані методи управління на вітчизняних підприємствах порівняно із світовими значно застаріли, тому вітчизняним підприємствам варто впроваджувати та використовувати інновації в управлінні кадровим потенціалом. Однак, впровадження інновацій часто вимагає значних капіталовкладень. Криза зумовила істотне скорочення зовнішніх фінансових інвестицій. Тому у цих обставинах впровадження концепції постійного поліпшення «кайдзен», розробленої в японській компанії «Toyota», є перспективним напрямком організаційних змін в кризовій ситуації, оскільки дозволяє знизити нераціональні витрати. Досвід таких всесвітньо відомих компаній, як «Toyota», «Nissan», «Canon», «Honda», тому підтвердження.

Кайдзен (у дослівному перекладі – «постійне удосконалення») – це японська філософія, практика, основна ідея якої – безперервне вдосконалення процесів виробництва, розробки, допоміжних бізнес-процесів і управління, а також всіх аспектів життя організації [1, с.19].

Основна мета «Кайдзен» – підвищення ефективності процесу та зменшення, а згодом і зведення до нуля «відхилень» та «відходів».

Автором філософії «Кайдзен» є японський фахівець Масаакі Імаї.

Розглядаючи питання виживання підприємства, забезпечення високого рівня конкурентоспроможності серед світових лідерів сьогодні, необхідно спільне використання підходу «Кайдзен» та інновацій на підприємстві для ефективної роботи кадрів. Тому, у табл. 1 наведено порівняння інновацій та Кайдзен, з якого видно, що дані два підходи доповнюють один одного.

Таблиця 1 - Основні характеристики методів інновацій та «Кайдзен» [2, с. 54].

Інновації	Японська філософія «Кайдзен»
1	2
Творчість	Адаптивність
Індивідуалізм	Командна робота
Увага до великих стрибків	Увага до деталей
Орієнтація на технологію	Орієнтація на людей
Інформація: закрита, патентується	Інформація: відкрита, поширювана вільно

Для збільшення ефективної роботи кадрів та зростання кадрового потенціалу, вітчизняним підприємствам слід використовувати п'ять кроків японської філософії «Кайдзен» - «5 S», що складається з 5 ключових елементів [1, с. 25]:

Seiri – акуратність; Seiton – порядок; Seiso – чистота; Seiketsu – стандартизація; Shitsuke – дисципліна.

Вище перелічені елементи (принципи) можна використовувати не лише за зростання кадрового потенціалу, проте й підлаштовувати під всі аспекти життєдіяльності підприємства.

Яскравим прикладом використання даної філософії є компанія «Toyota», якій після закінчення Другої Світової Війни вдалося швидко відновитися і нагнати втрачені потужності, використовуючи такі принципи як: запровадження довгострокового мислення і планування, чітке визначення цілей і меж відповідальності, навчання через вирішення проблем, а також розвиток корпоративних цінностей і сприяння розвитку кожного з працівників [2, с.58].

Важливою складовою у японській методиці «Кайдзен» є принцип «однієї хвилини», використання якого дозволить покращити роботу та кадровий потенціал підприємства. Суть принципу полягає в тому, що працівник займається певною справою рівно одну хвилину, щодня і в один і той же час, оскільки одна хвилина часу – це зовсім мало, то виконання певної хвилинної щоденної справи є можливим для будь-якого працівника. Ця методика підходить саме для навчання працівників. Коли час обмежений однією хвилиною, заняття не здаються важко здійсненними, а навпаки, приносять радість і задоволення, є систематичними. А роблячи маленькі кроки, кожен працівник поступово вдосконалюється і досягає результатів. Поступове збільшення хвилин заняття сприятиме покращенню ефективності кадрового потенціалу [2, с. 59].

Використання даної філософії на вітчизняних підприємствах сприятиме зростанню професійного рівня працівників, підвищенню корпоративної

культури, морального клімату. Це сприяння підвищить конкурентоспроможність підприємств в цілому як окремих підприємств так і галузей економіки.

Для збільшення ефективності кадрового потенціалу підприємства згідно з філософією «Кайдзен» доцільно застосовувати такі основні принципи [1, с.116]:

1. Сортування. Необхідно добре подумати і скласти список того, що необхідно поліпшити і те, що заважає працювати ефективніше. Згідно даного принципу працівник не повинен виконувати зайвої, «не своєї роботи». Для цього якусь частину справ скорочують до мінімуму (перевірка пошти, робота з документами), іншу делегують тим працівникам, до компетенції яких ці справи більше відносяться.

2. Установка порядку. Даний принцип полягає у тому, що кожен працівник впорядковує процес своєї роботи, зазначивши справи в необхідному порядку. Основне правило таке – якщо у працівника 2-3 важливих справи, краще поставити їх на той час, коли працівник має найвищу продуктивність.

3. Прибирання або «полірування». Після закінчення робочого дня кожен працівник повинен не забувати прибирати свій офісний стіл та класти все на свої місця. Знайти потрібні речі і документи набагато простіше, коли все лежить там, де має. Порядок потрібно наводити не тільки на робочому столі, але і в своїй голові.

4. Стандартизація (систематизація). Передбачає систематизацію робочого процесу кожного підлеглого.

5. Підтримування практики. Коли перші 4 процеси виконуються і стають новим способом роботи, то самим важливим стає дотримання наміченого шляху, без поворотів назад до старих звичок і методів.

Думаючи про новий метод, працівник, швидше за все, буде думати про те, які ще зміни можна внести для підвищення ефективності. І таким чином знову буде переглядати перші 4 аспекти, вносячи зміни в процес. Таким чином працівник буде постійно удосконалювати методи своєї роботи. І це - вірний шлях, тому що основна мета «Кайдзен» – це постійне, безперервне вдосконалення.

Отже, концепція «Кайзен» є філософією безперервного вдосконалення усередині самого підприємства, коли поліпшення досягаються постійними невеликими кроками, але сумарний ефект від цих поліпшень є не менш вагомим, ніж ефект від великих інвестицій в нове устаткування, що є досить значною перспективою для діяльності будь-якого підприємства України.

Список використаної літератури

1. Масаакі Імаї. Кайдзен: Ключ до успіху японських компаній [Електронний ресурс]/Пер. з англ. – М.: «Альпина бизнес букс», 2004. – 274 с. – Режим доступу: http://www.gmpua.com/Management/Kaidzen/KaidzenMasaaki.pdf

2. Управління кадровим потенціалом підприємства: Монографія / Козаченко Г.В., Погорелов Ю.С. – К.: Лібра, 2016. - 320 с.

Шаповал Олександр Олегович
студент
Сторожук Олександр Володимирович к.е.н., доцент, доцент кафедри митної справи
Університет ДФС України

ПЕРЕХІД ВІД ПАПЕРОВОГО ДО ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ СУБ'ЄКТІВ ЗЕД В УКРАЇНІ

Тенденція значного росту обсягу інформації в зовнішньоекономічній діяльності, яка необхідна для ухвалення управлінських рішень, приводить до того, що доводиться отримувати, обробляти і зберігати документи в більшій кількості, ніж раніше. Традиційні методи роботи з документами стають при цьому малоефективними.

Так, наприклад, підраховано, що близько 15% документів при роботі втрачаються і на їх пошуки йде до 30% робочого часу співробітників, що відповідають за обробку документів [1]. При цьому безповоротна втрата навіть частини інформації може обернутися значними збитками.

Для організації колективної роботи з паперовим документом необхідне його багаторазове копіювання, доставка в різні структурні підрозділи, проведення спеціальних нарад, узгоджень, що віднімає чималу кількість часу. Інша проблема пов'язана з тривалим часом пошуку необхідної інформації за запитом. Тоді як при роботі з електронними документами час пошуку документу, а отже, час відповіді на запит значно менший.

За експертними оцінками, застосування електронного документообігу в організаціях сприяє зростанню продуктивності праці співробітників на 25 — 50%, а час обробки одного документу скорочується більш ніж на 75% [1].

На рисунку 1 зображена система документообігу в митних органах України. При переході цих видів документообігу в електронну форму, поділ документів залишається тим самим.

Існуюча система документообігу в митних органах складається з двох взаємозв'язаних блоків: загального документообігу і спеціального. Загальний документообіг, у свою чергу, ділиться на внутрішній і зовнішній.

Внутрішній припускає циркуляцію документів тільки в межах митної системи, при зовнішньому — обмін документами відбувається з іншими державними органами, фізичними і юридичними особами.

Спеціальний документообіг пов'язаний безпосередньо з виконанням основної функції митних органів, якою є митне оформлення і митний контроль товарів і транспортних засобів, переміщуваних через митний кордон України.

При переході цих видів документообігу в електронну форму, їх поділ залишається тим самим.

Основними суб'єктами електронного документообігу в митній сфері виступають органи державної влади, фізичні і юридичні особи, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, яка знаходиться в області регулювання нормами митного права.

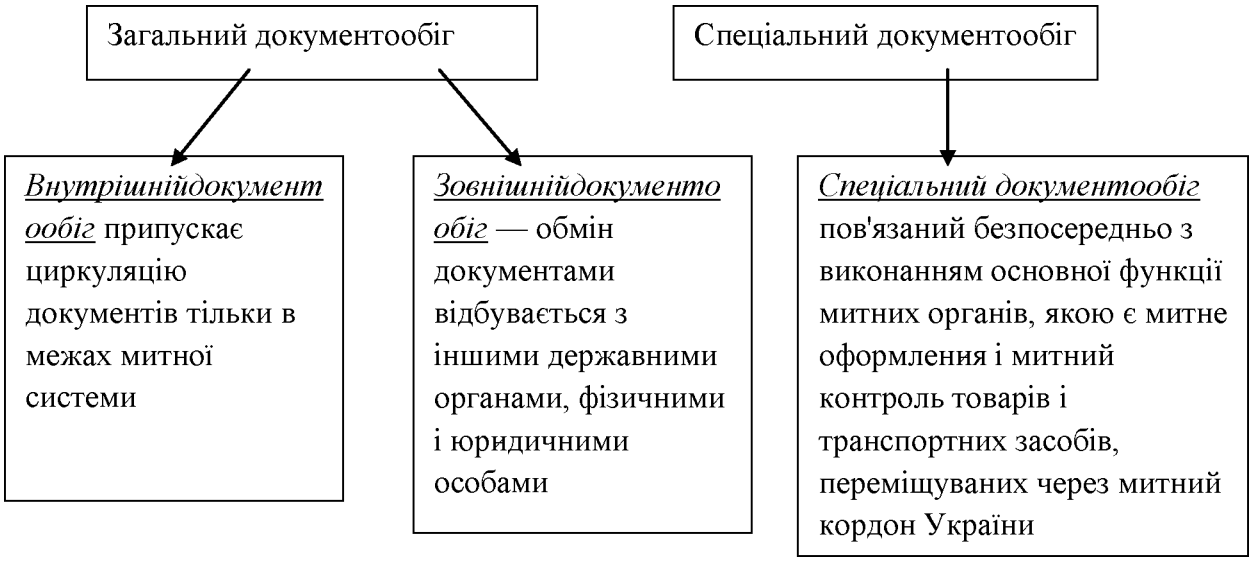


Рис. 1. Система документообігу в митних органах України.

До таких органів і організацій відносяться: безпосередньо самі митні органи, учасники ЗЕД: митні брокери, митні перевізники, фізичні і юридичні особи; організації фінансово-кредитної області: НБУ, комерційні банки, страхові компанії; правоохоронні органи; прокуратура; органи внутрішніх справ, органи національної безпеки України та інші.

Перехід до електронного декларування є найбільш ефективним єдино вірним напрямом вдосконалення процедур митного контролю, що створює умови по забезпеченню прозорості і прискоренню процедур митного оформлення товарів і, як наслідок, поліпшення ведення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктами господарювання України.

Світова практика свідчить, що в порівнянні з традиційними паперовими технологіями, масштабне впровадження принципів електронного декларування приводить до приросту ВВП не менше 2-2,5% і поповнення бюджету до 20% і зниженню поточних витрат учасників зовнішньоекономічної діяльності до 10% у рік [1].

Можна виділити наступні переваги системи електронного документообігу:

- зниження витрат, пов'язаних з передачею інформації традиційними засобами. У зв'язку з тим, що електронний документ володіє (або повинен володіти) однаковою юридичною силою і несе ті ж правові наслідки, що і документ, складений на паперовому носієві, повністю відпадає необхідність в передачі паперових оригіналів;

- підвищення оперативності;
- гарантія конфіденційності;
- захист від фальсифікації.

Всі електронні документи можуть підписуватися електронним цифровим підписом (ЕЦП), що дозволяє однозначно встановити цілісність і авторство документа).

В даний час в митних органах немає єдиної і повноцінної системи електронного документообігу. Вона знаходиться на стадії формування. В Україні створена програма впровадження електронного документообігу з використанням цифрового підпису.

Необхідність розроблення програми зумовлена світовими тенденціями в усіх сферах суспільного життя, особливо у сфері економіки та фінансів, а також постійним зростанням інформаційних потоків у системі органів державної влади, органів місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах та організаціях, що спричиняє значне збільшення обсягів загального документообігу.

Основними завданнями Програми є:

- удосконалення нормативно-правової бази у сфері надання послуг електронного цифрового підпису, електронного документообігу та архівного зберігання електронних документів;
- створення організаційно-технічних умов для впровадження електронного документообігу з використанням електронного цифрового підпису в діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- стимулювання державою підприємств, установ та організацій, які впроваджують електронний документообіг з використанням електронного цифрового підпису;
- популяризація знань про електронний документообіг та електронний цифровий підпис серед державних службовців, працівників суб'єктів господарювання та населення.

Виконання Програми здійснюється за такими основними напрямами:

- розроблення нормативних документів для впровадження електронного документообігу з використанням електронного цифрового підпису;
- проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт з підготовки стандартів та технічних документів у сфері послуг електронного цифрового підпису, електронного документообігу та архівного зберігання електронних документів;
- впровадження в органах державної влади, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах та організаціях електронного документообігу з використанням електронного цифрового підпису [2].

Необхідність розроблення Програми зумовлена світовими тенденціями в усіх сферах суспільного життя, особливо у сфері економіки та фінансів, а також постійним зростанням інформаційних потоків у системі органів державної

влади, органів місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах та організаціях, що спричиняє значне збільшення обсягів загального документообігу [3].

Виконання Програми дасть змогу посилити взаємодію органів державної влади та органів місцевого самоврядування з юридичними та фізичними особами; створити принципово нові можливості для забезпечення відкритості і гласності у прийнятті рішень; скоротити затрати часу на реалізацію громадянами Україні своїх конституційних прав і обов'язків; підвищити конкурентоспроможність вітчизняної економіки; створити умови для захисту персональних даних на рівні міжнародних; спростити (прискорити) процедури укладання договорів, сертифікації товарів, ліцензування, сплати податків, здійснення експортно-імпортних, митних, банківських, транспортних операцій, а також контроль за валютними операціями; підвищити надійність, оперативність та ефективність роботи органів державної влади та органів місцевого самоврядування; удосконалити технологію роботи з документами.

Одним із шляхів прискорення інформаційних процесів та митного оформлення, як свідчить практика провідних країн світу є впровадження новітніх інформаційних технологій, зокрема електронного документообігу з використанням електронного цифрового підпису [3].

Список використаної літератури

1. Кудряева В.А. Организация работы с документами: Учебник / Под ред. проф. В.А. Кудряева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2002. 592 с.

2. Бершатская Е. «Будущее — за электронным декларированием», Экономическая газета №13, 2007 г.

3. Про електронні документи та електронний документообіг. – Закон України від 22.05.2003 № 851-IV. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/851-15.

Шаповалова Вікторія Анатоліївна
студентка
Сумський НАУ

СІЛЬСЬКІЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФОРМА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ

Українське село – колиска нації, перебуває сьогодні в складному соціально-економічному становищі, спричиненому багатьма чинниками. Однак найголовнішим з них, на нашу думку, є трата привабливості села для молоді з точки зору місця проживання, умов життя, можливостей для розвитку бізнесу, престижності сільської праці тощо. Змінити ситуацію можливо за рахунок

розвитку, поряд з традиційними формами господарювання, нових форм аграрного бізнесу, а саме сільського зеленого туризму.

Сільський зелений туризм це проведення вільного часу в сільському середовищі, якому притаманна відповідна забудова, сільський побут, етнокультурний колорит місцевості тощо. Зелений він тому, що туристичні заняття у вигляді пішохідних і кінних прогулянок, спортивних та оздоровчих подорожей, хоббі-дозвілля (рибальство тощо) відбуваються в сільській місцевості серед живої природи.

Українське село здатне запропонувати туристові надзвичайно розмаїтий сільський туристичний продукт:

- самобутній побут,
- величезну історико-архітектурну народну спадщину,
- екологічно чисті продукти харчування,
- мальовничі ландшафти тощо.

Двадцятирічний досвід розбудови сектора сільського туризму в Україні (від поодиноких аматорських спроб до програмно-цільової державної підтримки) дає підстави констатувати: сільський зелений туризм виступає одним із чільних пріоритетів подолання депресивності й активізації соціально-економічного розвитку.

На сьогодні в Україні близько 600 різних садиб загальною місткістю понад 6 тис. місць, які щорічно приймають не менше 800 тис. осіб. Для порівняння: у Польщі це близько 12 тис. господарств, у Франції, Англії й Німеччині - не менше 20 тис. у кожній країні. В Україні «приймаюча сторона» в основному зосереджена в традиційних туристичних регіонах: Приазов'ї й Карпатах, де й сконцентровані приблизно 90 % сільських туристичних садиб.

Згідно з додатком до «Загальнодержавної програми соціально-економічного розвитку українського села на період до 2020 р.», на фінансування заходів, пов'язаних із розвитком сільського зеленого туризму, упродовж 2016-2020 рр. передбачається залучити 19,4 млн грн, з яких частка державного бюджету має становити 23,2%, місцевих бюджетів - 10,3% (табл. 1).

Таблиця 1.

Фінансування виконання заходів, передбачених загальнодержавною програмою соціально-економічного розвитку українського села на період до 2016-2020 р.р. млн грн.

Захід	Термін виконання, років	Потреба в коштах на фінансування програми	Джерела фінансування		
			державний бюджет	місцевий бюджет	інші джерела
Сприяння розвитку агротуризму і сільського зеленого туризму	2016	2,0	0,4	0,2	1,4
	2017	2,1	0,6	0,3	1,2
	2018	2,1	0,5	0,2	1,4
	2019	2,2	0,5	0,3	1,4
	2016-2020	11,0	2,5	1,0	7,5

Відповідно до вимог Закону України «Про стимулювання розвитку регіонів», кілька обласних державних адміністрацій розробили стратегії їх соціально-економічного розвитку. Як показує їх аналіз, за своєю суттю вони є екстериторіальними, основні проблеми в них розглядаються в традиційному галузевому аспекті. Зокрема, проблеми розвитку сільських територій зазвичай подаються як рефрен при аналізі аграрного сектору[1].

З економічної точки сільський туризм можна розглядати як галузь економіки, яка, за доволі скромних капіталовкладень, може сприяти розв'язанню багатьох соціально-економічних проблем українського села.

Сільський зелений туризм характеризується такими напрямами позитивного впливу :

- значними природно-рекреаційними ресурсами сільської місцевості;
- зростанням популярності альтернативних видів туризму на екологічно сприятливих територіях;
- значним житловим фондом на селі;
- відносною дешевизною сільського зеленого туризму;
- необхідністю підвищення рівня доходів та зайнятості сільського

В Сумській області станом на 2017 рік функціонує поки що тільки 16 об’єктів сільського зеленого туризму в різних районах області (Таблиця 2.), однак є надія, що інтерес селян до цієї форми агробізнесу буде зростати. Таку надію вселяє створення у 2013 році на території області Туристичного кластеру Посулля метою діяльності якого є сприяння культурному відродженню українського народу та духовному збагаченню особистості, всебічному розвитку культури, традицій та звичаїв, відродженню історичної пам'яті та національної свідомості шляхом координації спільних дій та спільного маркетингу туристичної інфраструктури регіону, задля поліпшення екологічного стану, оздоровлення населення і просвітницькій діяльності, що безумовно сприятиме і розвитку сільського зеленного туризму.

Таблиця 2.

Туристичні об’єкти Сумської області по районах Сумської області

Конотопський район	**Садиба «Північний ліс»; Хутір «У Наталки»; Хутір «Лісовий»;**
Лебединський район	**Садиба Худолія А.М.; Садиба Бухтіярової Л.І.; Садиба Безручко О.І.; Садиба Скиби А.І.; Садиба Скляренко М.І.; Садиба Подоляки Е.І.**
Путивльський район	**Садиба Скоренок О.Т.; Садиба Булгакової С.М.**
Роменський район	**Садиба Кохана О.В.; Садиба "У НАТАЛКИ".**
Середино-Будський район	**«Гостинна садиба Ірини»; «Квітковий рай»**
Сумський район	**«Вакулина байка»;**

Водночас розвиток сільського зеленого туризму ускладнюється кількома обставинами, головними серед яких є невизначеність нормативно-правової бази, зокрема відсутність закону «Про сільський зелений туризм», невизначеність джерел фінансування таких програм, нерозвинена

інфраструктура сільських населених пунктів, низька активність жителів сільських громад в організації власного бізнесу, відсутність у них досвіду такого виду діяльності тощо.

На сьогодні основним напрямком подальшого розвитку туристично-рекреаційної галузі є впровадження нових інноваційних проектів, а також залучення до співпраці закордонних і вітчизняних інвесторів, створення нових, цікавих і пізнавальних комплексів по сільському туризму для всіх вікових категорій [2].

Серед європейських держав Україна вирізняється значним розмаїттям ландшафтних комплексів, історико-культурним, етнічним і генетичним надбанням. Однак розвиток сільського зеленого туризму в нашій країні відбувається ще досить спонтанно. Проте на перспективу сільській зелений туризм – це не тільки чудовий спосіб для мешканців сільської місцевості розпочати власну справу, а й перспективна форма ведення бізнесу, створення нових робочих місць, закріплення молоді на селі, розвиток інфраструктури сільських поселень та розвиток сільських територій в цілому.

Список використаної літератури

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. — К.: Київ, ун-т, 2011. — с.395
2. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. — К.: Знання; КОО, 2013. — 277 с.

Шараєнко Ольга Андріївна
студентка групи МЕБ-14-1 *УДФСУ*
Науковий керівник:
Юр'єва Поліна Борисівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри
міжнародної економіки

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Як засвідчує практика, у наші дні малий бізнес становить вагому частку в економіці будь-якої країни, оскільки це сприяє не лише створенню нових робочих місць, високого рівня зайнятості серед працездатного населення, а й створює сприятливі умови для підвищення доходів та рівня життя громадян, активізації інформаційних та трансформаційних процесів у світі. Варто зазначити, що вплив малого бізнесу на економіки країн світу є різним, наприклад, в країнах ЄС доля малого бізнесу у ВВП складає 52-70%, а доля в

загальній зайнятості населення – 55-82% [1]. В Україні ці показники складають 14,5-15,8% та 19,2-20,7% відповідно [2].

Проблему сприяння та розвитку малого бізнесу в Україні вивчали Березянко Т.В., Ваганова О.В., Кондратенко М.Б.. У наукових працях даних економістів відображено певні аспекти функціонування малого підприємництва в розвитку національної економіки, вплив різноманітних чинників економічного, соціально-психологічного, правового, організаційного характеру, які визначають розвиток малих підприємств.

Розвиток малого підприємництва України є одним з найважливіших завдань стабілізації та розвитку національної економіки. Проте виконання даного завдання гальмує низка чинників, а саме:

- нестабільність бюджетного фінансування регіональних програм підтримки малого підприємництва;
- нерозвиненість механізмів фінансово-кредитної підтримки і страхування ризиків малих підприємств;
- обмеження доступу малих підприємств до виробничих потужностей і майна підприємств, що реструктуризуються;
- відсутність надійної соціальної захищеності і безпеки підприємців;
- організаційні проблеми взаємодії малого бізнесу з ринком і державними структурами;
- адміністративні бар'єри на шляху розвитку малого підприємництва.

Незважаючи на проблеми функціонування малого підприємництва, в Україні було здійснено ряд заходів державної підтримки для його розвитку, а саме:

- зменшення кількості документів, які необхідні для відкриття малого бізнесу;
- зменшення часу, необхідного для розгляду заяв та прийняття рішень щодо відкриття малого бізнесу;
- наявність можливості подання заяв у е-форматі;
- впровадження ефективної податкової політики та надання пільг у сфері оподаткування суб'єктам малого бізнесу.

Державне регулювання та підтримка розвитку малого підприємництва в Україні здійснюється відповідними загальнодержавними, регіональними та місцевими органами влади з метою узгодження інтересів держави і сектору малого підприємництва. Державна підтримка малого підприємництва на місцевому рівні здійснюється в рамках впровадження регіональних і місцевих програм відповідно до Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [3].

Державна підтримка особливо необхідна малому підприємництву в умовах кризи, так як дозволить активізувати його діяльність, забезпечити зайнятість населення та пом'якшить негативний вплив кризи на економіку України.

Малий бізнес в Україні розвивається неефективно, тому для підвищення ефективності створеної системи державної підтримки малого підприємництва необхідно вирішити ряд певних завдань, що можна здійснити із запозиченням іноземного досвіду провідних країн світу, наприклад, США, Німеччини, Італії, Великобританії, а саме:

- гарантувати позики, оскільки саме вони є однією з найефективніших форм державної підтримки малого підприємництва і безпосередньо за їх допомогою до даної сфери долучаються банківські кредити. Таким чином можна повноцінно активізувати ресурси та використати ініціативу малих підприємств;
- зменшити податок на інвестиції в нові сфери малого бізнесу;
- додати до пільгового оподаткування в системі державної підтримки малого підприємництва цільове субсидування і пільгове кредитування;
- надавати особам, що створюють нові підприємства, довгострокові кредити до 20 років;
- створити систему захисту від зловживань з боку великих суб'єктів підприємництва;
- приділяти увагу інформаційним та консультаційним послугам, перебудові професійного навчання, а саме підвищенню кваліфікації кадрів, зайнятих інноваціями [4].

Можна дійти висновку, що розвиток малого бізнесу в Україні є істотним недовикористаним резервом економічного зростання. Його активізація є одним із найважливіших пріоритетів регулювання соціально-економічного розвитку економіки України. Виконання малими підприємствами своєї суттєвої економічної та соціальної ролі можливе лише за умов виваженої державної політики всебічної підтримки цього сектору економіки.

Список використаної літератури

1. The World Bank. Data catalog // The World Bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://data.worldbank.org
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua
3. Офіційний сайт Верховної ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4618-17
4. Потапенко А.В., Лойко В.В. Зарубіжний досвід регулювання діяльності малого та середнього бізнесу [Текст] / А.В.Потапенко, В.В.Лойко // Наукомісткі технології виробництва матеріалів, виробів широкого вжитку та спеціального призначення. Економічна теорія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/2423/1/20160428-29_TEZY_V3_P123.pdf

Швидка Дар'я Миколаївна,
студентка 3 курсу, напряму підготовки
«Економічна кібернетика»
Наук. керівник: **Дашко І.М.**, к.е.н.,
доцент кафедри обліку та менеджменту
Запорізького національного
університету

РОЗВИТОК ПОДАТКОВИХ ПІЛЬГ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНІ, ЯКІ ЗАЙМАЮТЬСЯ ІННОВАЦІЯМИ

В період переходу до ринкової економіки великого значення набуває процес активізації інноваційної діяльності.

Як свідчить статистика, багато підприємств не використовує інноваційні розробки через низку факторів, які стримують інноваційну діяльність, особливо під час фінансової кризи [1].

Інновація – це результат інноваційної діяльності, відображений у вигляді наукових, технічних, організаційних чи соціально-економічних новинок, котрий може бути отриманий на будь-якому етапі інноваційного процесу.

Зрозумілим є те, що інновації пов'язані з реалізацією інноваційних процесів. Термін «інновація» та «інноваційний процес» близькі, але не ідентичні, то слід погодитися, що «інноваційний процес пов'язаний зі створенням, освоєнням і поширенням інновацій». Необхідно погодитися також з думкою вчених Дж. Брайта і Б. Твісса, що це – «єдиний свого роду процес, який поєднує науку, техніку, економіку, підприємництво та управління у єдине ціле» для одержання суттєвих ефектів і ліпшого задоволення суспільних потреб.

Згідно з трактуванням, поданим в економічній енциклопедії, інновація – «це новий підхід до конструювання, виробництва, збуту товарів, завдяки чому інноватор та його компанія здобувають переваги над конкурентами» [2].

Можна виділити декілька груп факторів впливу на інноваційну діяльність, що сприяють активізації інноваційної діяльності: економічні, організаційні, законодавчі та соціальні фактори.

Відповідно, інноваційним, згідно із законом, визнається продукт, який є реалізацією об'єкта інтелектуальної власності, на який виробник продукту має державні охоронні документи (патенти, свідоцтва) чи одержані від власників цих об'єктів інтелектуальної власності ліцензії, або реалізацією (впровадженням) відкриттів, який підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень, який в Україні вироблений вперше, або, якщо не вперше, то який порівняно з іншим аналогічним продуктом, представленим на ринку, є конкурентоспроможним і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

Інноваційну діяльність в Україні у 2015 р. здійснювало майже кожне

десяте підприємство (тобто 10,8 %), тоді як в розвинутих країнах частка інноваційно-активних підприємств сягає 70 % [5]. Крім того, в Україні спостерігається відрив науки від виробництва. Інноваційне підприємство не користується популярністю серед малого бізнесу, оскільки відсутні дієві механізми підтримки з боку держави. Основна відмінність між малими та великими інноваційними підприємствами полягає в тому, що малі інноваційні підприємства, як правило реалізують один інноваційний проект, тоді як крупні компанії – портфель інноваційних проектів, кожен з яких знаходиться на певному етапі (табл. 1) [3-5].

Таблиця 1

Значимість податків на різних етапах інноваційного циклу в залежності від розміру підприємства

Етапи інноваційного циклу	Малий та середній бізнес	Крупні компанії
Етапи НДДКР	Умовно-постійні податки: нарахування на фонд заробітної плати	Умовно-змінні податки: податок на прибуток, податок на додану вартість
Етап серійного виробництва	Умовно-змінні податки: податок на додану вартість (ПДВ), податок на прибуток	

Так як для малих інноваційних підприємств (МІП) на початкових етапах податкові пільги на змінні податки не будуть відігравати суттєвої ролі в стимулюванні інноваційної діяльності, так як об'єкт оподаткування (виручка від реалізації товарів чи прибуток будуть відсутніми). Найбільш значимим податком для таких підприємств є нарахування на фонд заробітної плати. Адже на початкових етапах інноваційного циклу персонал, задіяний у НДДКР отримує фіксовані заробітні плати, на які здійснюється досить значні нарахування (більше 36 %). Тому, на перших етапах інноваційного циклу податкове стимулювання малих інноваційних здійснюватися в основному через нарахування на фонд заробітної плати.

Потрібно зазначити, що податкове стимулювання через нарахування на фонд заробітної плати не є поширеним у світовій практиці (податковий кредит на нарахування на заробітну плату застосовується в Нідерландах).

За Податковим кодексом України виділяють такі шляхи надання податкових пільг: податкове вирахування (знижки), що зменшує базу оподаткування до нарахування податку та збору; зменшення податкового зобов'язання після нарахування податку та збору; встановлення зниженої ставки податку та збору; звільнення від сплати податку та збору.

Податкові пільги, які мають інноваційний характер, очевидно, характеризуються значним потенціалом щодо зростання інновацій в країні, що у підсумку дасть можливість вітчизняній економіці вийти на новий науково-технічний рівень, оновити матеріально-технічну базу і підвищити частку підприємств, що займаються інноваціями. Основним критерієм у наданні пільг

в інноваційній сфері може бути їх ефективність за певний період часу, наприклад, за перший рік використання інноваційного продукту. У якості форми надання пільг може бути податковий кредит, який визначається, виходячи з очікуваної норми ефективності інновації, і повертається після закінчення контрольного періоду в разі недосягнення визначеної норми [3].

Отже, пільги, про які йдеться вище, дещо поліпшують ситуацію у науковій та інноваційній сфері. Проте дуже імовірним є припущення, що частка власне наукових та інноваційних організацій у переліку підприємств, що впроваджують інновації, досить незначна. Таким чином, реальний обсяг підтримки інноваційної сфери через механізми пільгового оподаткування переоцінювати не варто.

Також пільги повинні не лише збільшувати прибуток підприємства, який залишається в його розпорядженні, але й стимулювати до реінвестування прибутку та розширення виробництва, тому нагальним питанням залишається необхідність цільового використання вивільнених грошових ресурсів, наприклад, на розширення діяльності, на покращення технічних і якісних характеристик продукції, на оновлення основних засобів тощо.

У цілому зазначимо, що пільгове оподаткування в сфері виробництва не вирішує всіх проблем розвитку та поширення інновацій. Для створення повноцінно діючого механізму стимулювання інноваційної діяльності інноваційного розвитку і застосувати пільгове оподаткування в поєднанні з іншими засобами стимулюючого характеру.

Список використаної літератури

1. Економіка і організація інноваційної діяльності : [підручник] / За ред. О. Волкова, М. Денисенка . – Професіонал, 2014. – 148 с.

2. Ілляшенко С. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : [навч. посібник] / С. Ілляшенко. – Суми: Університетська книга, 2013. – 236 с.

3. Концепція загальнодержавної цільової програми розвитку промисловості України на період до 2018 року. Міністерство промислової політики України [Електронний ресурс]. – URL: http://industry.kmu.gov.ua [назва з екрану]

4. Коротун В. І. Практика використання податкових пільг в Україні / В. І. Коротун // Вісник ЖДТУ. – 2012/ – №. 1 (59) – С. 267-270.

5. Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України від 28.12.1994 No 334/94ВР [Електронний ресурс]. – URL: http://rada.gov.ua [назва з екрану]

Шевченко Аліна Олександрівна
студентка
Науковий керівник:
Калінько Ірина Василівна
к.т.н., доцент, доцент кафедри фінансів
Фінансово-правовий коледж

ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ВІРТУАЛЬНИМ ПРОЕКТОМ МАГАЗИНУ

Починаючи з середини 90-х років у світі спостерігається ріст активності в області онлайновой торгівлі. Слідом за великими компаніями, що виробляють комп'ютерне устаткування в Мережу стали виходити торговці традиційними товарами. З'явилася велика кількість віртуальних магазинів. Електронний бізнес втягує великі маси продавців і покупців.

До позитивних сторін електронної комерції можна віднести:

1. Легкість пошуку потрібного продукту. У Internet-магазині сама концепція автоматизованої обробки замовлення передбачає безумовну доступність присутнього у каталозі товару.

2. Зручність і комфортність процесу покупки. У нормальному суспільстві найбільш платоспроможною виявляється найбільш зайнята група споживачів.

3. Економічна виправданість. На полицях електронного магазину один біля одного лежать зразки того самого товару, але з різними цінниками.

4. Безпека угоди. В даний час для передачі інформації про оплату використовуються захищені канали і досить безпечні засоби шифрування. При проведенні операцій через банк-посередник Internet-магазин одержує тільки підтвердження переводу грошей на свій рахунок.

Але електронний бізнес в наш час ще недостатньо розвинутий. Представлення товару в звичайних електронних магазинах не йде далі його текстового опису або плоскої фотографії. Дослідження говорять про те, що приблизно 6% відвідувачів мережних магазинів вирішуються на покупку, але тільки 1/3 з них успішно закінчує цей процес. Інші 2/3 через недостачу інформації про товар і невисокий рівень сервісу йдуть ні з чим. Середньостатистичний споживач не ризикне здобувати у віртуальному магазині одяг без попередньої примірки.

В доповіді представлені підходи для рішення проблеми створення віртуального магазину по продажу промислових товарів. Для реалізації проекту необхідно створювати віртуальні примірочні, тривимірне зображення виробу, передачу по мережі Internet тактильних відчуттів за допомогою спеціальних рукавичок - щоб до товару можна було б "доторкнутися". Для цього необхідно застосовувати графічні пакети AutoCAD, Компас, t-flex, MathCAD та інші.

Шелевер Аліна Миколаївна
студентка
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В сучасних умовах господарювання діяльність та розвиток вітчизняних підприємств супроводжується різноманітними ризиками та загрозами, передбачити які інколи надто важко. Здатність ефективно впливати на ризики дозволяє підприємству успішно функціонувати, підтримувати фінансову стійкість та прибутковість.

Також підприємствам необхідні своєчасне врахування чинників ризику при прийнятті управлінських рішень й кваліфікована організація процесу управління ризиковою ситуацією, що спрямована на забезпечення адаптації діяльності підприємства до мінливих умов зовнішнього та внутрішнього середовища [1].

Теоретичні та практичні аспекти економічних ризиків підприємств досліджували відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: Р. Баззел, Т. Бачкаї, У. Кінг, Д. Клиланд, Е. Мушик, П. Мюллер, Г. Марковіц, М. Петерс, М. Таїль, Р. Хизрич, У. Шарп.

Проте, на сьогодні немає однозначного розуміння сутності ризику. Це пояснюється, зокрема, багатоаспектністю цього явища, практично повним ігноруванням його вітчизняним господарським законодавством у реальній економічній практиці й управлінській діяльності. Крім того, ризик – це двовимірна величина, що характеризує ймовірність і обсяг втрат, викликаних невизначеністю, яка супроводжує діяльність організації [2].

Для ефективного управління ризиками, підприємства найчастіше приймають нетрадиційні та сміливі рішення, що теж загострює рівень економічного ризику. За зазначених умов підприємствам доцільно не уникати ризику, а намагатися правильно оцінювати його ступінь і ефективно управляти ним з метою обмеження.

В умовах реформування економіки управіння ризиком є складним процесом, який включає багато чинників та складається з чотирьох блоків (рис. 1).

У рамках наданих блоків з метою ефективного управління доцільно дотримуватися чотирьох послідовних етапів.

На першому етапі «Формування цілей у відповідній сфери діяльності підприємства» визначається масштаб рівня ризику, суб’єкти і об’єкти ризику, спрямованість заходів щодо зниження ризиків, формуються задачі.

На другому етапі «Визначення критеріїв оцінки різних заходів по управлінню ризиком» обирають оптимальні заходи щодо скорочення або запобігання ризиків, які би були спрямовані на їх досягнення. До початку вибору заходів щодо управління ризиком потрібно вирішити, за допомогою яких критеріїв оцінювати вибирані заходи. Необхідною умовою вибору переважної більшості заходів щодо управління ризиком є їх технологічна і економічна здійснимість.



Рис.1. Процес управління ризиком

На третьому етапі «Вибір і аналіз заходів по досягненню визначених цілей» аналізуються заходи щодо управління ризиком.

На четвертому етапі «Вибір найбільш адекватних заходів і контроль результатів їх виконання» проводиться постійний контроль виконання різних етапів робіт. При проведенні контролю результатів робіт треба враховувати:

- відповідність вибраних показників контролю меті і задачам здійснюваних заходів;
- проведення контролю результатів робіт через певний проміжок часу;
- проведення контролю всіх аспектів проведення заходів (експозиції, ризику, економічних показників і т.ін.);
- використання показників відповідного масштабу [3].

Таким чином, результати кожного етапу стають вихідними даними для подальших етапів, утворюючи систему прийняття рішень зі зворотним зв'язком. Така система забезпечує максимально ефективне досягнення цілей, оскільки знання, що отримується на кожному з етапів, дозволяє коригувати не тільки методи впливу на ризик, але і самі цілі управління ризиками.

Список використаної літератури

4. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: Навчальний посібник / Л.І. Донець. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 312 с.

5. Наконечний С.І. Ризик у менеджменті / С.І. Наконечний - К.: Борисфен-М, 2003. - 336 с.

6. Управління ризиком на підприємстві в сучасних умовах господарювання – [Електронний ресурс] : - http://studopedia.com.ua/1_228453_upravlinnya-rizikom-na-pidpriiemstvi-v-suchasnih-umovah-gospodaryuvannya.html.

Марченко Ольга Іванівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України
Шрамковська Анастасія Геннадіївна
студентка

РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ ТА ЙОГО ПІДТРИМКА ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ

Малий бізнес є одним з найбільш важливих структурних елементів ринкової економіки, тому саме він являться пріоритетним напрямом розвитку економіки провідних країн. Генезис поняття «сектору малого бізнесу» в Україні започатковане терміном «мале підприємство», яке вперше було введено в обіг Законом колишнього СРСР від 4.06.1990 «Про підприємства в СРСР», де зазначалося (п. 2 ст. 3), що підприємство може належати до числа малих, незалежно від форми власності, відповідно до чисельності його працівників і обсягу господарського обороту [1]. Згідно з чинним Господарським кодексом України , прийнятим 16 січня 2003 року, малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а річний дохід від будь-якої діяльності за цей період не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [2].

Тенденції розвитку українського малого бізнесу вказують на те, що суттєва їх кількість зосереджена у сферах торгівлі, будівництва, фінансової діяльності та сфері послуг. На кінець 2015 року в Україні налічувалось 1973тис. суб'єктів малого і середнього підприємництва, коли у 2014 було 1932 тис., з яких 1,63 млн. фізичних осіб-підприємців і 343 тис. юридичних осіб-підприємців. Кількість малих підприємств у 2015 році зросла на 3,2 тис. одиниць (1%) і досягла майже 328 тис. Найбільше частка малих підприємств зосереджена в м.Києві - 25%, Дніпропетровській – 11,2%, Донецькі – 6,8%,

Харківській – 6,7%, Львівській – 5,5%, Київській – 5,5%, Одеській – 5,2% областях [3]. Порівнюючи з іншими країнами частку малого і середнього підприємництва в обсягах реалізації продукції (товарів, послуг), то у 2014 році в Україні вона склала 60,9%, що більше, ніж в Польщі (55,9%), Німеччині (47,1%), Словаччині (54,8%), Чехії (57,7%), але менше, ніж в Естонії, Латвії, Литві і Болгарії [3].

Основними проблемами розвитку малого бізнесу в Україні є:

- недостатнє фінансування та розвитку та підтримки регіональних програм малого бізнесу;
- контроль за використанням коштів, виділених для малого бізнесу, недосконалим, більшість коштів витрачаються недоцільно;
- відсутність взаємодії малого та великого бізнесу;
- податковий тягар.

Для підтримки та мотивування розвитку малого бізнесу в Україні Європейською Бізнес Асоціацією був створений проект Unlimit Ukraine (2016 рік). Даний проект ініційований для виробників товарів та послуг, що працюють на території України, їх діяльність є чистою та прозорою та для бізнесу, що є на ринку не більше 10 років. Проект є некомерційним, та спрямований на підвищення та покращення знань та навичок у сфері малого бізнесу, ознайомлення з європейськими стандартами ведення даного виду бізнесу.

У травні 2016 року Україна стала членом ще однієї європейської програми підтримки малого бізнесу COSME, яка діє з 2014 до 2020 року, загальний бюджет становить 2,3 млрд. євро. Даний проект є програмою грантів для прямого фінансування малого бізнесу. Євросоюз проспонсорував внесок України на участь у COSME у розмірі 1 млн. євро.

Одним з джерел отримання гранту наведення малого бізнесу можуть стати програми і конкурси бізнес-ініціатив Транснаціональних корпорацій. Адже такі гіганти як Coca Cola, Nike, Dupont, Shell та інші в рамках політики глобальної інтеграції їх ділової активності систематично проводять конкурси у світі. Європейський банк реконструкції та розвитку також пропонує гранти малим підприємствам України з 2010 року. Допомагає підприємствам залучати висококваліфікованих консультантів, які здатні якісно трансформувати їх бізнес, і надає гранти (безповоротну фінансову допомогу) для часткової оплати послуг консультантів. Фінансування надає Європейський Союз та країни-донори. За результатами статистичного дослідження 26% українських малих підприємств збільшили дохід на 45%, 24% - збільшили продуктивність на 30%, 15% – розширили асортимент продукції, 13% - залучили фінансування в середньому на 630 тис. євро кожне[4].

Отже, функціонування малого бізнесу в Україні має тенденцію до зростання та розширення. Основними шляхами покращення та підтримки малого бізнесу є його фінансування. Європейський Союз, створюючи гранти та програми підтримки , відіграє значну роль у його розвитку

Список використаної літератури

1. Про підприємства в СРСР: Закон Союзу Радянських Соціалістичних Республік від 04.06.1990 №1529-I [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.zakon1.rada.gov.ua.
2. Господарський кодекс. Відомості Верховної Ради України. - від 16.01.2003 № 436-IV.// - 2017. - № 1. - С. 21.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України (Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.org.ua.
4. Ломачинська І.А. Формування джерел фінансового забезпечення розвитку суб'єктів малого підприємництва / І.А. Ломачинська // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. - 2012. - Т. 17. – Вип. 3-4. - С. 37-43.

Юзефович Марія Вікторівна,
магістр
Гераймович Віолета Леонтіївна
к.е.н., доцент, доцент кафедри
глобальної економіки
Національний університет
біоресурсів і природокористування
України

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В РОЗРІЗІ ВИКЛИКІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Питання економічної безпеки зачіпає інтереси багатьох країн. Як показує світовий досвід, збиток економічним інтересам завдається різноманітними спробами: порушенням нормального стану міжнародної торгівлі (застосування ембарго, введення надмірних кількісних і тарифних обмежень, штучне підвищення або зниження цін на ті чи інші товари), створенням перепон на шляху міжнародного руху технологій, порушенням практики комерційної діяльності та ін. В сучасних умовах розвитку економіки України, особливо на тлі процесів глобалізації, окреслена вище проблема постає особливо гостро. Виклики глобалізації для нашої держави набули особливо загрозливого характеру та потребують негайного подолання. Відтак проблема забезпечення економічної безпеки України набуває нового суттєвого змісту.

Для створення ефективного механізму запобігання негативним наслідкам глобалізації та їх нейтралізації необхідним є визначення основних загроз економічній безпеці України. Економічна безпека – це стан національної економіки, що забезпечує задоволення життєво важливих потреб країни в

матеріальних благах не залежно від виникнення в світовій економічній системі чи всередині країни форс мажорних обставин соціально-політичного, економічного та екологічного характеру [1, с. 65].

Схожі обставини можуть виникнути при загостренні міждержавних відносин, виникненні військових конфліктів, дестабілізації внутрішньої політичної ситуації в країні, підсиленні соціальної напруженості, різких змінах демографічної ситуації, терористичних актах, підсиленні дискримінаційного впливу тих чи інших домінуючих економічних угруповань чи політичних союзів, загостренні конкурентної боротьби, стихійних лихах і екологічних катастрофах в країні і за її межами.

Глобалізація світової економіки є складною, багатовимірною і неоднозначною проблемою, тому з приводу визначення її суті існує багато розбіжностей. Учені сходяться на думці, що глобалізація означає не лише новий кількісний вимір міри інтенсивності взаємозв'язків окремих країн та їх економік, а головним чином – нову якість таких зв'язків, коли формується фактично новий, глобальний рівень економічної глобалізації [4, с. 7].

З виникненням та формуванням нових джерел та умов розвитку глобалізація створює виклики економічній безпеці держави. На сьогоднішній день без урахування цих викликів неможливо забезпечити стабільний розвиток та конкурентоспроможність національної економіки будь-якої країни. До найбільш актуальних викликів глобалізації, які створюють численні загрози економічній безпеці держави, можна віднести нестабільність світової фінансової системи, розширення світових ринків для певних видів продукції, товарів і послуг, поширення кризових явищ, дефіцит ресурсів та експансія передових країн.

Виділивши виклики глобалізації, необхідно чітко описати коло загроз економічної безпеки України, для ефективного забезпечення економічної безпеки країни. В умовах глобалізації, загрозами економічної безпеки України можемо вважати реальні або потенційні явища та події, які несуть загрозу функціонуванню і розвитку економічної, соціальної та політичної системи, а також життєво необхідним потребам та інтересам людини, суспільства і держави. Загрози економічній безпеці прийнято поділяти на зовнішні та внутрішні. Для прикладу, Г. Пастернак -Таранушенко визначає зовнішні загрози економічній безпеці як загрози з боку будь-якої іншої держави, а внутрішні – загрози від будь-якого громадянина або об'єднання людей [3, с. 22].

Основними внутрішніми загрозами економічній безпеці України можемо вважати: низький технологічний рівень більшості галузей, високі витрати виробництва, низьку якість продукції і, як наслідок, низьку конкурентоспроможність національної економіки; втрату значної частини науково-технічного потенціалу, позицій на важливих напрямах науково-технічного прогресу; деформовану структуру виробництва; зруйнування системи відтворення виробничого потенціалу; неефективність державного

управління соціально-економічними процесами та інші. До головних зовнішніх загроз віднесемо: імпортну залежність України з багатьох видів продукції, включаючи стратегічні товари, енергоносії, комплектуючі вироби для машинобудування, продовольчі товари; нераціональну структуру експорту; перебування в зародковому стані фінансової, організаційної та інформаційної інфраструктури підтримки конкурентоспроможності українського експорту; некерований відтік за кордон інтелектуальних і трудових ресурсів; недостатній експортний та валютний контроль і недосконаліть митної політики; слабка розвиненість транспортної інфраструктури зовнішньоекономічних стосунків [2, с. 69].

Загрози економічній безпеці національної економіки України, приведені вище, мають як внутрішній, так і зовнішній характер. Негативний вплив вони мають на соціально-економічний розвиток держави, роблячи її слабкою перед викликами, які висуває глобалізація. Для подолання негативних явищ потрібна грамотна та послідовна економічна політика, спрямована, перш за все, на підвищення конкурентоспроможності України та знаходження вигідних позицій у міжнародному поділі праці, а також нейтралізацію наслідків глобалізаційних процесів, які цьому.

Список використаної літератури

1. Градов А.П. Национальная экономика. 2-е изд. / Градов А.П.- СПб.: Питер, 2005.-240 с.
1. Економічна безпека : навч. посіб. / [З. С. Варналій, П. В. Мельник, Л. Л. Тарангул та ін.]; за ред. З. С. Варналія. – К.: Знання, 2009. – 647 с.
2. Пастернак-Таранушенко Г. Результаты исследования путей обеспечения экономической безопасности Украины / Г. Пастернак-Таранушенко // Экономика Украины. – 1999. – № 2. – С. 21-28.
3. Поважний С. Ф. Державне управління національною економікою в умовах глобалізації / С. Ф. Поважний, Г. О. Єпішенкова, А. А. Нікітіна // Збірник наукових праць Донецького державного університету управління (Серія «Державне управління»). – 2010. – № 151. – С. 3–14.

Костенко Аліса Олексіївна
аспірант
Науковий керівник:
Пашко Павло Володимирович
д.е.н., професор кафедри митної справи
Університет державної фіскальної служби України

СПРОЩЕННЯ ПРОЦЕДУР МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ШЛЯХОМ РОЗБУДОВИ МИТНОГО КОНТРОЛЮ ПІСЛЯ ВИПУСКУ ТОВАРІВ

Одним зі шляхів розвитку економіки України є розбудова інституту міжнародної торгівлі. При виборі майбутніх партнерів у бізнесі іноземні компанії оцінюють рівень економічної безпеки країни, у якій розташований можливий контрагент. Запровадження міжнародних стандартів та організація ефективного митного контролю має безпосередній вплив на економічну безпеку держави.

Напрямок розвитку митного контролю після випуску товарів в Україні визначається положеннями міжнародних документів, підписаних та ратифікованих українським урядом та зобов'язаннями, взятими відповідно до цих документів. Ключовими документами, що визначають міжнародні норми митного контролю після випуску товарів на сьогодні є такі:

Рамкові стандарти безпеки та полегшення всесвітньої торгівлі Всесвітньої митної організації (Приєднання України відбулося у червні 2005 року);

Міжнародна конвенція про спрощення і гармонізацію митних процедур (Приєднання регламентовано Законом України від 05.10.2006 № 227-V);

Технічні примітки про заходи зі сприяння торгівлі Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), видання 2011 року;

Регламент (ЄС) № 952/2013 Європейського Парламенту та Ради, яким встановлюється Митний кодекс Союзу (Порядок імплементації затверджено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 22.04.2015 № 391-р);

Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони (Ратифікована Законом України від 16.09.2014 № 1678-VII);

Угода про спрощення процедур торгівлі (вступила в дію 22.02.2017, ратифікована Законом України від 04.11.2015 №745-VII);

Митні прототипи (Customs blueprints);

Керівництво з митного аудиту ЄС.

Ключову концепцію міжнародних домовленостей у сфері митного контролю можна визначити пунктом 15 Преамбули Митного кодексу ЄС: «сприяння законній торгівлі та боротьбі з шахрайством вимагає простих,

швидких і стандартних митних процедур і процесів. Це, у свою чергу, передбачає спрощення митного законодавства, використання сучасних інструментів і технологій, а також подальшу уніфікацію митного законодавства та модернізованих підходів до митного контролю» [1].

Проведеним аналізом зазначених вище документів виявлено невідповідність українських законодавчих та підзаконних нормативних актів у відношенні митного контролю після випуску товарів та запропоновано напрямки, які потребують приведення у відповідність до європейського законодавства:

розширення повноважень фахівців підрозділів митного аудиту Державної фіскальної служби України, а саме надання права проведення перевірок рахунків та інших облікових записів підприємств, пов'язаних з операціями щодо товарів, які переміщувалися через митний кордон України, а також попередніми та наступними операціями, що включають ці товари після їх випуску, у приміщенні будь-якої особи, яка володіє документами і даними;

надання права працівникам ДФС отримувати інформацію від банківських установ, страхових компаній, поштових компаній, перевізників та будь-яких інших осіб, що можуть нею володіти та накладати арешт на активи підприємств;

використання гарантій для забезпечення сплати митних платежів та штрафних санкцій, прийнятих за результатами проведення заходів митного контролю після випуску товарів;

запровадження обов'язку працівників ДФС сприяти роботі сумлінних компаній та надавати рекомендації щодо усунення допущених порушень;

проведення перевірок після випуску товарів за результатами автоматичного відбору підприємств на основі системи ризиків [Складено на основі 1, 2, 3, 4, 5].

Отже, з метою забезпечення зростання рівня економічної безпеки та розбудови інституту міжнародної торгівлі в Україні потребується удосконалення процедур митного контролю після випуску товарів, підвищення ефективності вибірковості підприємств для проведення перевірок та запровадження процедури сприяння діяльності сумлінних компаній.

Список використаної літератури

1. The Union Customs Code, adopted as Regulation (EU) № 952/2013 of the European Parliament and of the Council [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ec.europa.eu.

2. Міжнародна конвенція про спрощення та гармонізацію митних процедур від 18.05.1973. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua.

3. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-

членами, з іншої сторони від 27.06.2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua.

4. Протокол про внесення змін до Марракеської угоди про заснування Світової організації торгівлі від 27.11.2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http:// zakon.rada.gov.ua.

5. Customs Blueprints, Pathways to modern customs. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. – [Електронний ресурс].

Турчін Андрій Вікторович,
Шевченко Тарас Григорович,
к.і.н., доцент, доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Запорізького національного університету

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні підприємства для досягнення належного рівня прибутковості повинні використовувати дієвий механізм управління своїми витратами з метою їх мінімізації, проте з урахуванням необхідності забезпечення нормального перебігу всіх процесів господарської діяльності, спрямованої на розвиток бізнесу.

Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» визначено, що собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг) складається з виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), яка була реалізована протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних виробничих витрат.

До виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включаються: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці; інші прямі витрати; змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати.

Виробнича собівартість продукції зменшується на справедливу вартість супутньої продукції, яка реалізується, та вартість супутньої продукції в оцінці можливого її використання. Перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) установлюються підприємством.

Витрати, пов’язані з операційною діяльністю, які не включаються до собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), поділяються на адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати [3].

За своєю сутністю витрати – це виражені в грошовій формі затрати різних видів економічних ресурсів (праці, сировини, матеріалів тощо) під час виробництва та реалізації продукції. З позиції управлінського обліку витрати – вартість різних видів ресурсів, що споживаються для певних цілей з метою забезпечення функціонування та розвитку підприємства [5, с. 7].

Величина витрат виробництва та собівартості продукції значною мірою впливає на розмір прибутку підприємства, рівень його рентабельності та ефективність фінансово-господарської діяльності [6, с. 14].

На думку А.В. Гречко та Н.С. Дударенко достатньо влучним може бути таке визначення витрат – це матеріальні та нематеріальні ресурси, використані з метою досягнення певних результатів підприємства. Оскільки витрати виробництва це в першу чергу ресурси, що використовуються в процесі господарювання, від доцільного використання яких залежить фінансовий результат діяльності підприємства, то управління витратами є необхідним економічним процесом [1, с. 186].

Досліджуючи концептуальні засади управління поточними витратами підприємства В.В. Турчак і О.М. Кульганік зазначають, що управління витратами є процесом цілеспрямованого формування витрат за видами, місцями та носіями. З метою підвищення ефективності управління витратами підприємства необхідно: сконцентрувати зусилля на контролі витрат у місцях їх виникнення; по-різному обробляти дані з різних витрат; скоротити надмірну діяльність; оцінювати, як положення підприємства в цілому, так і ситуацію в усіх сферах його діяльності; аналізувати систему витрат у нерозривному зв'язку з аналізом системи розробки та впровадження інновацій. В основі системи управління витратами лежить постійний контроль їх рівня, визначення чинників економії та нормування ресурсів, планування, облік та аналіз витрат, стимулювання їх зниження [4, с. 161].

У монографії І.В. Мілаш та А.В. Красноусова управління витратами охарактеризовано як процес, що охоплює визначення потреби в ресурсах, прогнозування необхідної величини додаткових фінансових ресурсів і забезпечення максимально високого рівня віддачі ресурсів. Механізм управління витратами є системою елементів, що забезпечують процес розробки та реалізації управлінських рішень у сфері формування витрат, а також їх впливу на прибуток і конкурентоспроможність підприємства [2, с. 203].

Отже, проведений теоретичний аналіз існуючих підходів до тлумачення економічної сутності витрат підприємства, а також особливостей процесу управління витратами господарської діяльності дав можливість сформулювати таке визначення. Механізм управління витратами підприємства є сукупністю способів і методичних підходів, які ґрунтуються на певних принципах і використання яких суб'єктами управління дає їм змогу цілеспрямовано формувати витрати щодо їх видів, місць та об'єктів за постійного контролю над рівнем витрат, а також стимулювати їх зниження з урахуванням необхідності забезпечення розвитку підприємства.

Список використаної літератури

1. Гречко А.В. Теоретико-методичні засади управління витратами підприємства / А.В. Гречко, Н.С. Дударенко // Сучасні проблеми економіки і підприємництво. – 2016. – Випуск 18. – С. 183–192.

2. Мілаш І.В. Стратегічне управління витратами підприємств роздрібної торгівлі : Монографія / І.В. Мілаш, А.В. Красноусов ; Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. – Харків : ХДУХТ, 2015. – 286 с.
3. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : Наказ Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318 : текст зі змін. станом на 9 серпня 2013 р. [Електронний ресурс] / Сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00.
4. Турчак В.В. Концептуальні основи управління поточними витратами підприємства / В.В. Турчак, О.М. Кульганік // Інфраструктура ринку. – 2017. – Випуск 6. – С. 158–162.
5. Чорна М.В. Управління витратами : Навч. посіб. / М.В. Чорна, П.В. Смірнова, Р.М. Бугріменко. – Харків : ХДУХТ, 2017. – 166 с.
6. Юдіна М.І. Механізм управління собівартістю конкурентоспроможної продукції машинобудівних підприємств : Дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / М.І. Юдіна. – Хмельницький, 2016. – 212 с.

Климець Оксана Сергіївна
студентка 4 курсу групи МСБі-14-2
Сторожук Олександр Володимирович, к.е.н., доцент кафедри митної справи Університет державної фіскальної служби України

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ МИТНИХ ПЛАТЕЖІВ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

В умовах світових глобалізаційних процесів, сучасний стан економіки України потребує значних змін у сфері регулювання зовнішньоекономічних зв'язків країни та вирішення питання щодо проведення реформування процесу адміністрування митних платежів.

Відкритість економічної політики України вимагає також і вдосконалення та застосування нових методів та прийомів регулювання зовнішньоекономічних зв'язків країни з іншими державами та застосування нових методів адміністрування митних платежів, що зумовлено досить високим рівнем надходжень митних платежів у структурі податкових надходжень до Державного бюджету України.

Проблема адміністрування митних платежів досліджувалися багатьма науковцями, серед них важливо відзначити В. Андрущенка, О. Гребельника,

І. Бережнюка, А.Крисоватого, Н. Землянську, Ю. Іванова, О. Годованця, Ю. Макогона, П. Пашка, Ю. Петруню, О. Запорожець та інших.

Сучасна наука та практика свідчить про те, що справляння митних платежів залежить від процесу їх адміністрування, загальні принципи якого закладені в чинному законодавстві України та, в основному, відповідають тим, що діють у багатьох країнах світу.

Під митними платежами, як основою системи митного оподаткування, розуміють ті види податків і зборів, які нараховуються в установленому порядку при переміщенні через митний кордон країни товарів та інших предметів під контролем митних служб.

Ввезення товарів на митну територію України в режимі імпорту передбачає сплату таких митних платежів як мито, податок на додану вартість із ввезених на митну територію України товарів (продукції) та акцизний податок із ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції) [1].

Сама ж сутність адміністрування митних платежів полягає у тому, що воно здійснюється органами Державної фіскальної служби України у сфері державної митної справи та включає контроль за нарахуванням та своєчасністю сплати митних платежів та їх примусове стягнення у випадках порушення строків сплати митних платежів та нарахування пені тощо.

Одним з основних етапів процесу адміністрування митних платежів є правильне визначення митної вартості, яка є базою обчислення митних платежів на момент переміщення товарів через митний кордон України. На сьогодні, при перевірці документів на товар, який переміщується через митний кордон України працівники митниць найчастіше зіштовхуються з проблемою неправильного зазначення митної вартості на даний товар. І тому як наслідок саме недооцінювання митної вартості призводить до ухилення від сплати податків суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності.

Тому для вирішення даної проблеми необхідно запровадити введення чітких норм і правил визначення митної вартості товарів, які дозволять організувати ефективну систему контролю за їхнім дотриманням, і завдяки правильному визначенню бази оподаткування товарів, забезпечить повноту надходжень митних платежів до бюджету.

Поряд із визначенням митної вартості товарів складовими адміністрування митних платежів також є визначення країни походження товару, при переміщенні через митний кордон України. Нині існує досить багато схем ухилення від сплати митних платежів при ввезенні на митну територію України транспортних засобів, що призводить до того, що змінюючи дані про країну походження, імпортер може суттєво занизити митну вартість авто та зекономити на податках [2, с.10].

Також нині існує досить широкий спектр товарів, котрі не достатньо деталізовані на рівні десятизначного коду УКТ ЗЕД, але мають відмінні характеристики і це, відповідно, впливає на рівень митної вартості, а як

наслідок – і на рівень оподаткування, що зумовлює використання додаткового чотиризначного коду товару.

Однак існують товари, котрі можуть бути класифікованими досить легко за описом товарної позиції, та разом з ними є й такі товари, класифікація яких викликає ускладнення через різне тлумачення як понять самого товару, так і критеріїв його деталізації.

Окільки саме від правильного визначення коду товару залежить правильно нарахований розмір мита і вірогідність статистичної інформації, то на сьогоднішній день необхідні розробки нових методів для визначення коду УКТ ЗЕД, так як товари потребують більш детального визначення їх хімічного складу, а методичне забезпечення лабораторних досліджень не вирішує усіх наявних питань.

Для оцінювання результативності митного контролю проведемо аналіз про забезпечення митницями ДФС виконання заходів стосовно контролю правильності визначення митної вартості товарів, класифікації та країни походження товарів.

Таблиця 1. **Динаміка нарахувань за результатами контролю митницями ДФС України за 2014-2016 роки, млн. грн.**

Показник	2014	2015	2016	Відхилення (+,-_ звітного періоду до	
				2015	2016
1.Додаткові надходження за рахунок корегування митної вартості товарів	4100	5800	4983	1700	- 817
2.Контроль класифікації товарів	17,6	28,3	23,2	10,7	- 5,1
3. Надходження від перевірки країни походження товару	74	81	84,3	7	3,3
4.Усього	4,1916	5,903	5,0905	1,7114	- 0,8125
5.Митні платежі, всього	4195,7	5915,23	5095,5	1719,53	-819,73

Джерело: розроблено автором за даними [3, 4]

На основі таблиці 1 можна побудувати діаграму, де чітко показана різниця донарахувань митних платежів за 2014-2016 рр.

Як видно з таблиці та діаграми в період з 2014-2016 рр. надходження від коригування митної вартості мали нестабільний характер. У 2015 році відбулося зростання обсягів донарахувань за результатами контролю митницями ДФС України, а у 2016 році відбувся вже спад.



На стан справляння додаткових митних платежів за рахунок коригування митної вартості впливає загальний стан надходжень митних платежів, зменшення обсягів імпорту (у вагових показниках), зменшення обсягів оподаткованого імпорту по вартості (в доларах США), втрати внаслідок ситуації у Східному регіоні (Донецька та Луганська митниці), втрати від анексії АР Крим (Кримська та Севастопольська митниці), зміна структури імпорту товарів, заміна більш дорогих товарів їх дешевшими аналогами та зниження цін на зовнішніх ринках та відповідно сам ж курс валюти [5, с.8].

Отже, виявлені недоліки та суперечності доводять, що одне із основних завдань ДФС України повинне полягати в створенні єдиних та прозорих правил та методологій визначення митної вартості товарів для прозорого прийняття рішень у митній справі та однаковості вимог і ставлення до всіх споживачів, вдосконалення контрольних процедур за нарахуванням і сплатою митних платежів і, взагалі, впровадження спрощених та модернізованих митних процедур на кордоні й всередині держави та необхідні заходи для підвищення рівня надходжень митних податків до Державного бюджету України, що, своєю чергою, впливатиме на конкурентоспроможність національної економіки та її стратегічне майбутнє.

Список використаної літератури

1. Митний кодекс України : Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://sta-sumu.gov.ua/mk/
2. Батанова Л. О. Поняття, сутність та особливості адміністрування митних платежів / Л. О. Батанова. – 2016. – №2. – С. 18.
3. Звіт про виконання плану роботи Державної фіскальної служби на 2015 рік – Київ: Державна фіскальна служба України, 2016. – 96 с.
4. Звіт про виконання плану роботи Державної фіскальної служби на 2016 рік – Київ: Державна фіскальна служба України, 2017. – 84 с.
5. Абрамова А. С. Митні платежі як складова доходів державного бюджету / А. С. Абрамова, Т. Н. Савчук, А. В. Жаворонок. // 4. – 2015. – №4. – С. 15.

Гончарук Наталія Іванівна, студентка
Науковий керівник: **Калінько Ірина Василівна**
к.т.н., доцент кафедри фінансів
Фінансово-правового коледжу

Управління інноваційним розвитком регіону

Важливим підходом до вивчення закономірностей інноваційного розвитку регіону є методика, розвинута стосовно аналізу структур цілей і функцій систем управління. В ній застосовується подвійне визначення, в одному з варіантів якого властивості характеризують відносини, в іншому – елементи системи. Цим визначенням відповідає два способи представлення системи управління інноваційним процесом розвитку регіону.

Виконаємо дослідження процесу аналізу корисності на основі оцінки відносної вагомості альтернатив інноваційного розвитку Чернігівського регіону. В процесі визначення цільових критеріїв сформована ієрархія цілей: формування нормативно-правової бази; удосконалення системи державного управління; сприяння розвитку різних галузей діяльності; формування сучасної інформаційно-комунікаційної інфраструктури.

На етапі оцінки цільових критеріїв визначаємо вагомість як для підцілей, так і для критеріїв нижчого рівня. Для цього зважуємо показники відносної вагомості, які розраховуємо шляхом множення показника відносної вагомості на вагу відповідного критерію і відповідного завдання. Для точного визначення вектора вагомості спочатку необхідно розрахувати максимальне власне значення L_{max} матриці порівняння пар V. Для усіх власних значень L матриці діє, що детермінанта нижче приведеної матриці (V-LE) дорівнює нулю. На основі цієї умови розрахуємо величину L_{max}. Відповідний власний вектор, або вектор вагомості, можна визначити з рівняння $(V - L_{\max} \cdot E)W = 0$. Альтернатива з самим високим значенням глобального пріоритету виступає як найбільш відносно вигідна альтернатива. В результаті проведених розрахунків цією альтернативою є організація виробництв, що реалізують новітні технологічні уклади і мають перспективи виходу на внутрішній і зовнішній ринки з наукомісткою продукцією світового рівня.

Одержані дані необхідно використовувати в процесі формування інноваційно-інвестиційних програм Чернігівського регіону, оскільки вони вказують ті основні елементи, що потребують більшої уваги при розподілі фінансування, а також при моніторингу цих спрямувань. Для ефективного управління при формуванні та реалізації таких програм постає питання інформаційного забезпечення управлінських процесів.

Писарева Олександра Михайлівна, студентка
Науковий керівник:
Ткаченко Володимир Валентинович, к.е.н., доцент кафедри економіка підприємства
Університет ДФС України

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасних умовах жорсткої ринкової конкуренції дуже важливого значення набуває економічна безпека всіх суб`єктів підприємницької та інших видів діяльності. Особливості сучасних економічних відносин вимагають від суб`єктів господарювання оперативних дій на різного роду загрози. Організація управління підприємством передбачає визначення інструментів для ідентифікації факторів загрози господарській діяльності підприємства. Саме тому все частіше використовується термін системи економічної безпеки підприємства (СЕБП).

Взагалі, категорія економічної безпеки по-різному трактується в науковій літературі. Відповідно точки зору Забродського В. економічна безпека характеризує «кількісну і якісну характеристику властивостей фірми, що відображає здатність "самовиживання" і розвитку в умовах виникнення зовнішньої та внутрішньої економічної погрози» [1, с.35], економічна безпека підприємства визначається сукупністю факторів, що відображають незалежність, стабільність, можливості росту, забезпечення економічних інтересів тощо.

З точки зору Олейнікова Є. економічна безпека підприємства - це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів [2, с. 33].

Система економічної безпеки підприємства є надійною, якщо виробничі, комерційні та інвестиційні процеси підприємства забезпечуються фінансовими ресурсами безперебійно, своєчасно і в достатній кількості.

Система оцінки і аналізу економічної безпеки містить у собі сукупність послідовних, взаємозалежних між собою блоків, етапів діяльності, систематизованих і пристосованих (зорієнтованих) до цих завдань методик, методів, моделей, що дають можливість виявити, оцінити і зменшити вплив господарського ризику до прийнятного рівня з мінімальними витратами корпоративних ресурсів.

Для характеристики рівня економічної безпеки, окремі фахівці рекомендують застосовувати метод аналізу і обробки сценарію, методи оптимізації, теоретико-ігрові методи, методи теорії нечітких систем, програмно-цільовий метод та інші, які поки що не отримали ґрунтовного теоретичного обґрунтування та широкого практичного використання.

Ефективності системи економічної безпеки вимагає обґрунтування використання різних підходів оцінки СЕБП. Кількісну оцінку рівня економічної безпеки підприємства можна подати альтернативно через інтегральну оцінку коливання основних керуючих параметрів підприємницької структури. Тому у зв`язку з цим, виникає необхідність систематизації принципів досягнення і збереження економічної безпеки підприємства.

Для підприємств різних галузей набір показників, які характеризують їх виробничо-фінансову діяльність, буде різним. Але принципи вибору показників для всіх підприємств є спільними: показники мають бути надійними, зіставними в різні періоди, узагальнюючими (синтетичними) для своїх груп, відносно незалежними один від одного для забезпечення адекватності моделі системи економічної безпеки.

Основними факторами, що впливають на економічну безпеку є: економічний потенціал; випереджаюча конкурентоздатність продукції; якість та ефективність фінансової системи; стан та кваліфікація трудових ресурсів; техніко-технологічний рівень виробництва; науково-технічний та інноваційний потенціал; рівень ділової активності служб маркетингу та менеджменту; ставлення керівництва до нововведень; соціальний захист працівників тощо.

Основним показником ефективності СЕБП - є прибуток (його розмір у порівнянні із залученими коштами; своєчасність отримання тощо). Якщо підприємство не отримує прибутку чи його розмір не відповідає обсягу інвестованого капіталу, можна вважати, що впроваджена система економічної безпеки не ефективна.

У економічній літературі відомі декілька підходів до кількісної оцінки рівня економічної безпеки підприємства. В індикаторному підході оцінка економічної безпеки встановлюється за результатами порівняння фактичних показників діяльності підприємства із індикаторами. Відповідно до ресурсно-функціонального підходу оцінка рівня економічної безпеки підприємства здійснюється на основі оцінки стану використання корпоративних ресурсів по спеціальних критеріях. Аналіз ресурсно-функціонального підходу до оцінки рівня економічної безпеки підприємства дозволяє стверджувати, що багато з його положень синонімічні підходам до оцінки ефективності використання ресурсів. Тому оцінка рівня економічної безпеки за допомогою сукупного критерію схильна значному впливу суб`єктивної думки експертів.

Невід`ємним елементом дослідження економічної безпеки підприємства є вибір її критерію. Під критерієм економічної безпеки підприємства розуміються ознака або сума ознак, на підставі яких може бути зроблений висновок про те, чи перебуває підприємство в економічній безпеці.

Фінансова безпека підприємства визначається за допомогою таких показників, як коефіцієнт фінансової стійкості (відношення власних коштів і довгострокових пасивів до загальної суми балансу підприємства), коефіцієнт співвідношення власних і притягнутих коштів, загальний коефіцієнт ліквідності

(відношення всіх поточних активів підприємства до величини довгострокових зобов`язань).

Найвищий ступінь безпеки досягається за умови, що весь комплекс показників перебуває в межах припустимих меж своїх граничних значень.

Використання системи індикаторів для оцінювання економічної безпеки підприємства прийнято і у світовій практиці. Згідно зі світовою практикою, вимоги до значень індикаторів не мають обов`язкового характеру, а лише рекомендаційний у разі оцінювання стану економічної безпеки підприємства.

Використання нормативних значень показників у разі оцінювання фінансової безпеки підприємства дає змогу вирішити ще одну важливу проблему, а саме виявити і оцінити можливі негативні тенденції в діяльності підприємства. Визначення рівнів безпеки дає можливість охарактеризувати вплив цих негативних тенденцій. Бендіков М. розглядає фінансову складову як найбільш вагому у гарантуванні економічної безпеки підприємства, вказує на необхідність використання критичних граничних (бар`єрних) значень показників при визначенні рівнів безпеки, які свідчать про передкризовий, кризовий та критичний стан підприємства [3, с. 24].

Здійснений аналіз основних існуючих методик оцінювання економічної безпеки підприємства дозволяє зробити висновок, що вони базуються на розрахунку основних показників фінансового стану та економічної ефективності функціонування підприємства, які характеризують забезпеченість підприємства власними коштами, раціональність розміщення власного капіталу, а також ефективність використання власного, обігового та сукупного капіталу, фондовіддачу активів підприємства.

Література:

1. Забродский В.І., Капустин Н. Теоретические основы оценки экономической безопасности отрасли и фирмы // Бизнес-информ. - 2009. - № 13. - С. 27 - 30.

2. Основи економічної безпеки. (Держава, регіон, підприємство, особистість) / Під. ред. Е.А. Олейникова. - М., 1997. - 288 с

3.Бендиков М. Экономическая безопасность промышленного предприятия (организационно-методический аспект) //Консультант директора. - 2010. - № 2. - С. 7-13.

Білокриницька Оксана Павлівна
студентка
Науковий керівник:
Красуленко Тетяна Григорівна
старший викладач кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ЗАЙНЯТІСТЬ ТА БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Сучасна економіко-політична ситуація в Україні, на жаль, не є стабільною та сприятливою для розвитку держави. Різкі зміни та коливання мають місце і на ринку праці. Зокрема, скорочення обсягів виробництва призводить до скорочення кількості робочих місць, формування неповної зайнятості, а в наслідок – низький рівень оплати праці, нестабільна заробітна плата, зниження купівельної спроможності населення, що на фоні стабільного зростання цін виглядає вкрай сумно. Далі – ще гірше – зростання рівня безробіття, відтік людського капіталу, зубожіння населення. Але ж, зайнятість має розглядатися не лише як джерело доходу. Погоджуємося із прихильниками розширеного трактування цієї категорії, адже зайнятість, насамперед, є важливим підґрунтям для формування соціально-професійного портрету людини в суспільстві, та згодом, змінення її соціально становища – самореалізації. Лише та людина, котра змогла самореалізуватися, може бути щасливою і будувати щасливе суспільство. Тому вивчення питання зайнятості населення є надзвичайно актуальним на сьогоднішній час.

Метою нашого дослідження є виявлення основних тенденцій зайнятості та безробіття у сучасних умовах господарювання в Україні та обґрунтування шляхів вдосконалення державної політики зайнятості.

Вагомий внесок у створення цілісної теорії ринку праці та вдосконалення її наукового інструментарію здійснено такими науковцями як – С. Мочевським, І Веселяк, С. Іванов, Я. Безугловою, В. Жернаковим, О. Магницькою, С Дзюба та О. Хомра. Та все ж, не зважаючи на велику кількість досліджень, проблема зайнятості та безробіття через свою динамічність залишається не достатньо вивченою та потребує подальших наукових, практично обґрунтованих надбань.

Наразі економічно-активне населення України становить 17 830,6 тис. осіб, з них 16 120,9 тис. осіб мають статус зайнятого та 1 709,7 тис. осіб, які в даний момент є безробітними. Варто також виділити категорію економічно неактивного населення, що налічує 10 968,8 тис. осіб. Зайнятість видами економічної діяльності, не зважаючи на родючість українських чорноземів, відображає спад у сільському господарстві також - у виробництві мінеральних добрив та металургії.

На сучасному етапі функціонування ринку праці України, поширеною проблемою є погіршення соціально-економічного стану, звідси й маємо висновок під назвою «безробіття», проявом якого є стан незайнятості працездатного населення.

Зростання рівня безробіття в Україні за остання три роки, за офіційними статистичними даними, свідчить хоч і про незначне, але погіршення ситуації на ринку праці – зростання рівня безробіття у межах одного відсотка [3]:

- 2015 рік: чисельність безробітних - 1654,7 тис. осіб, рівень безробіття (за методологією МОП) - 9,1%;
- 2016 рік: чисельність безробітних -1678,2 тис. осіб, рівень безробіття - 9,3,% ;

відповідні показники у першому півріччі 2016-2017 р.р.:

- 1691,5 тис. осіб та 9,4%
- 1709,7 тис. осіб та 9,6% .

Цікавим фактом є те, що рівень безробіття в Україні змінюється залежно від пори року, а саме найбільш яскраво виражений - у лютому, а найменше - у жовтні. Така тенденція свідчить, що сезонне безробіття впливає на формування загальних показників, в значній мірі це стосується сільського населення та чоловіків, адже влітку, в сільській місцевості, чоловіки займаються сезонними роботами або працюють без офіційного працевлаштування.

Варто зазначити, що пошуки зайнятості, породжують виникнення іншої, не менш важливої проблеми на ринку праці - зовнішня міграція робочої сили. При чому реальна оцінка міграції, перевищує у десятки разів офіційні показники. За останніми даними, не менше 20% українських сімей мають досвід трудової міграції за кордоном, за кордоном працює і кожен сьомий українець. Найбільш популярною країною, яку обирають українці для заробітку, являється Польща, друге місце посідає Італія, а третє Чехія. Підрахунки соціологів стверджують, що 50 людей на добу залишають територію України, а з них майже 40% - назавжди [1]. Та найгіршим для розвитку держави є молодіжна міграція, зокрема освітня, яка, на разі, набуває все більш загрозливого характеру. І, якщо сама по собі освітня міграція не є негативним фактором, то її наслідки, серед яких -– зупинений розвиток економіки – виглядає вже не так райдужно. Основні напрямки освітньої міграції молоді України протягом 2015-2017 років зображено на рис. 1.

На жаль, при відображенні загального рівня безробіття в Україні із посиланням на дані Держстату, має місце і неофіційна статистика, що обумовлена наявністю як прихованого безробіття, так і рядом інших об’єктивних чи суб’єктивних факторів. Цифри там інші.

Але чи все так погано у боротьбі із безробіттям в Україні? За статистичними даними, порівняно із 2016 роком, у 2017 – понад 12,4% громадян України були працевлаштовані (включаючи безробітних та тих, хто шукав роботу). Варто також брати до уваги безробітних осіб із обмеженими можливостями (інвалідів), ця категорія також зазнала позитивних змін в цей

період, а саме: понад 1,3 % осіб з обмежуваними можливостями були офіційно працевлаштовані [2]. Серед зареєстрованих безробітних у 2016-2017 роках кількість працевлаштованих зросла більше ніж на 5%. З них 0,9% були охоплені профорієнтаційними послугами та 1,01% брали участь у громадських та інших роботах тимчасового характеру.

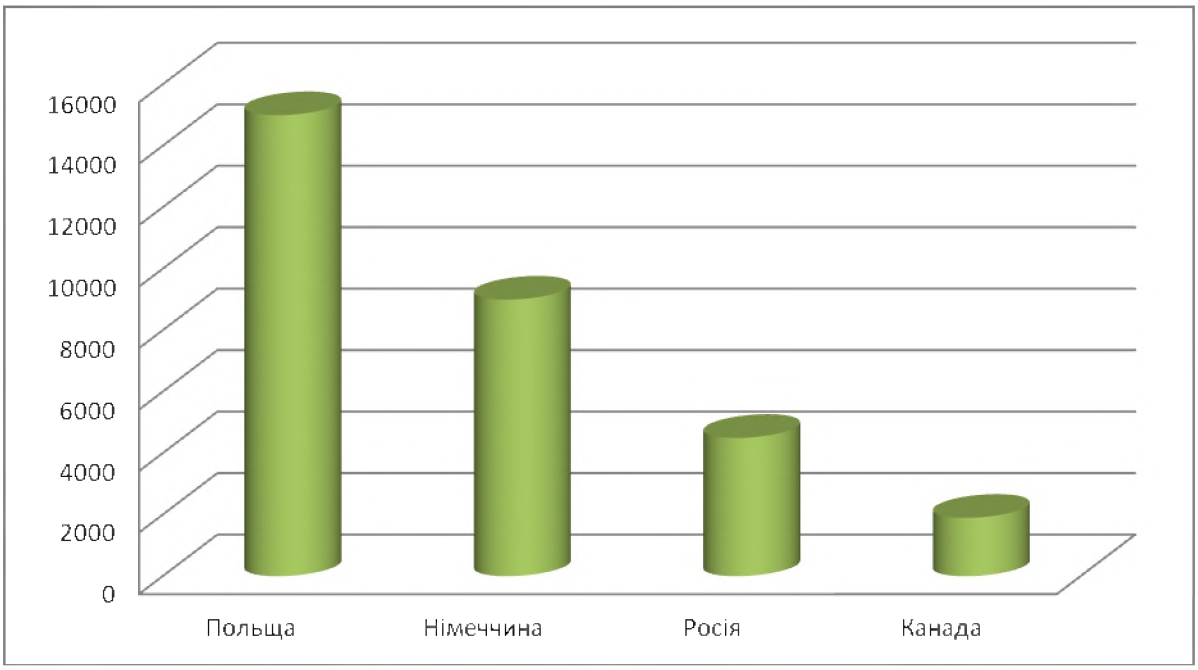


Рис. 1. Освітня міграція молоді України протягом 2015-2017 роках
*розроблено автором на основі дослідження проведеного Соціологічною групою «Рейтинг» [3]

На нашу думку, визначальними причинами формування загального рівня безробіття в Україні у сучасних економічних умовах є:

- державна політика оплати праці та соціальних гарантій;
- зниження реальної заробітної плати, а, відтак, купівельної спроможності населення;
- молодіжне безробіття (відсутність досвіду роботи у молоді стримує роботодавців у формуванні пропозиції робочих місць);
- безробіття осіб старшого віку.

Так чи інакше, питання зайнятості та безробіття мабуть ніколи не втратить своєї актуальності, адже є основою відображення внеску людської праці до процесу суспільного виробництва та рівня економічного розвитку тієї чи іншої країни.

Виходячи із вище сказаного, схиляємося до думки, що важливими напрямками реалізації державної політики зайнятості мають бути, окрім налагодження роботи центрів зайнятості, - допомога підприємцям у формування робочих місць (першочергово підприємцям – початківцям), створення робочих місць шляхом організації тимчасової суспільно-корисної діяльності (громадські роботи) або сезонних робіт, розробка програм

зайнятості для окремих груп населення (молодь, інваліди та люди старшого віку). В результаті, суспільство зможе отримати не лише реалізацію економічної, а й соціальної складової зайнятості.

Отже, функціонування ринку праці має ґрунтуватися на ефективній державній політиці зайнятості для усіх верств населення (розробка та реалізація комплексу заходів задля поліпшення соціально-трудової сфери). Все це має позитивно відобразитися на країні в цілому.

Список використаної літератури

1. Михайліченко М. В. Рейтингування як механізм оцінювання якості освітніх послуг [Електронний ресурс] / М. В. Михайліченко. – Режим доступу: http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/282/1/31.pdf
2. http://vgolos.com.ua/articles/molodi_ukraintsi_proshchayutsya_z_batkivshchynoyu_nazavzhdy_264688.html
3. http://www.dcz.gov.ua/control/uk/statdatacatalog/list
4. http://www.dcz.gov.ua/statdatacatalog/document?id=350797

Соловей Кристина Романівна
студентка
Науковий керівник:
Минчинська Ірина Василівна
старший викладач кафедри
економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В сучасних умовах нестабільної ринкової економіки середовище багатьох підприємств характеризується високим рівнем невизначеності, що підтверджує необхідність впровадження нової концепції управління. Такою концепцією є стратегічне управління, основу якого становить стратегічне планування. Для розуміння можливості використання стратегічного планування та масштабів його впровадження на підприємствах в умовах нестабільної економічної ситуації в Україні, необхідно чітко визначити поняття стратегічного планування та окреслити його етапи.

Теоретичним та методологічним аспектам стратегічного планування було присвячено багато праць зарубіжних та вітчизняних науковців, а саме І. Ансоффа, Р. Акоффа, М.Е. Портера, А.А. Томпсона, А.Дж. Стрікленда, О.С. Віханського, А.П. Наливайка, В. Г. Герасимчука, З.Є. Шершньової та багатьох інших.

Так, зокрема, Шершньова З.Є. зазначає, що стратегічне планування – це адаптивний процес, за допомогою якого здійснюються регулярна розробка та корекція системи досить формалізованих планів, перегляд змісту заходів щодо їхнього використання на основі безперервного контролю та оцінки змін, що відбуваються зовні та всередині підприємства [1, с.15].

Стратегічне планування є не тільки можливістю визначення головних пріоритетів підприємства, але й необхідним джерелом, що дозволяє обрати підприємству правильну стратегічну поведінку на довгостроковий період. (в умовах мінливого зовнішнього середовища.) Враховуючи вищезазначене, використання стратегічного планування може обмежуватися певними умовами, які залежать від сфери діяльності підприємства, його розмірів, організаційно-правової форми господарювання тощо. Розглянемо процес стратегічного планування для кращого розуміння можливостей його використання в практиці господарювання підприємств в Україні.

Переважна більшість дослідників в сфері стратегічного планування визначають наступні етапи:

– визначення місії підприємства та підпорядкованих їй головних цілей;
– аналіз стану середовища функціонування підприємства на основі виявлення й оцінка чинників мікро- і макросередовища, що впливають на формування стратегії підприємства.
– формування стратегії та аналіз стратегічних альтернатив;
– вибір стратегії розвитку підприємства;
– реалізація стратегії підприємства;

Згідно вище перелічених етапів, прикладом вдалого застосування стратегічного планування є компанія PepsiCo - другий по величині у світі виробник продуктів харчування та напоїв з річним обсягом продажів понад 65 млрд. доларів та один з провідних лідерів даного ринку в Україні.

Так, компанія PepsiCo має розроблений План стійкого розвитку до 2025 року, який має назву «Відповідально до цілі» [2]. Компанія має чітко сформульовану місію - бути кращою у світі компанією-виробником продуктів харчування, сфокусованою на готових продуктах та напоях, визначені цілі та розроблену стратегію розвитку.

Компанія прагне забезпечити дохід своїм інвесторам, створюючи можливості для зростання й процвітання своїм співробітникам, діловим партнерам та суспільству в тих регіонах, де працює. У своїй діяльності компанія керується такими основними принципами — чесність, послідовність й справедливість [3, с.15].

Довгострокові цілі компанії, визначені Планом стійкого розвитку, розроблені до 2025 року та визначають, зокрема, підвищення ефективності використання водних ресурсів на 15% у галузі прямих сільськогосподарських поставок і в регіонах, що мають проблеми з водопостачанням; ефективне зниження викидів вуглекислого газу й істотне скорочення відходів, пов'язаних

із сільським господарством і упаковкою, у рамках дій, спрямованих на захист планети [2]. Також, PepsiCo планує продовжувати вдосконалювати портфоліо продуктів харчування та напоїв за рахунок скорочення додавання в них цукру, насичених жирів і солі.

Підприємство систематично проводить аналіз стану середовища функціонування, зокрема конкурентного середовища, де головним та давнім конкурентом виступає The Coca-Cola Company в сегменті газованих та негазованих напоїв, холодних чаїв, тоніків та енергетичних напоїв, мінеральної та питної води: Pepsi, Pepsi Light, Pepsi Twist та Coca-Cola, Coca-Cola light; Lipton Ice Tea та Nestea; Mirinda та Fanta; 7up та Sprite; Evervess та Schweppes; «Єсентуки», «Аква Мінерале» та BonAqua. Серед усього товарного асортименту немає жодного продукту, аналога якого б не було у конкурентів, тому компанія PepsiCo постійно здійснює моніторинг як конкурентного, так і всіх рівнів середовища функціонування підприємства.

Аналіз стану середовища функціонування дозволяє компанії PepsiCo формувати стратегії розвитку та обрати оптимальну з них, підтвердженням є зазначений вище План розвитку до 2015 року «Відповідально до цілі». На шляху до реалізації даного довгострокового плану за 2016 р. компанія підвищила показники по виконанню цілей в кожній з трьох фокусних зон Плану (продукти; планета та люди) та заробила для своїх акціонерів більше 7 млрд. доларів США [2].

Отже, використання стратегічного управління та стратегічного планування зокрема, дозволяє компанії PepsiCo утримувати лідируючі позиції як на світовому так і вітчизняному ринку.

Список використаної літератури

1. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : підручник / З.Є. Шершньова. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – К. : Вид-во КНЕУ, 2004. – 699 с.

2. Офіційний сайт компанії PepsiCo в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pepsico.ua/ru/media/press_releases/releases_1290.html (дата звернення: 05.10.2017).

3. Андрущенко Н. Кейс. Управління маркетинговими комунікаціями на ринку безалкогольних напоїв в умовах кризи / Наталія Андрущенко, Мар'яна Лилик, Ганна Туницька // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 2. – С. 64–68.

Смалюк Марина, студент
Науковий керівник:
Суходольська Анна Сергіївна
ст. викладач
Житомирський державний технологічний університет

СОЦІАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

Соціальне підприємство – це бізнес, який, перш за все, спрямований на вирішення соціальних проблем, а вже потім – на отримання прибутку. Актуальним питанням сьогодення є підняття рівня села на вищу сходинку в соціально-економічній сфері. Тому соціальне підприємництво набуває особливого значення саме у сільській місцевості. Дана проблематика є досить важливою, проте мало досліджуваною. Адже саме за допомогою соціальних підприємств можна зробити значний, прогресивний крок у розвитку села та сільської місцевості.

Особливістю функціонування соціального підприємства є те, що воно допомагає працевлаштуватися людям, які мають певні фізичні та психологічні обмеженості, багатодітним мамам, дітям-сиротам, людям похилого віку, внутрішньо-переміщеним особам (біженцям), ВІЛ-позитивним людям, особам, що перебували в місцях позбавлення волі тощо. Зазвичай усі вони такі ж люди як і ми, але зі своїми певними особливостями. У них теж є знання, вміння, таланти. Але звичайним підприємцям такі «особливі люди», як правило, непотрібні, через дію певних стереотипів. У селі ж проживає досить багато людей у складних життєвих обставинах, які хотіли б працювати і утримувати самих себе, а не бути тягарем на шиї у інших членів родини.

Другою великою перевагою для створення соціального підприємства в селі є будівлі у власності громади. Досить часто у селах є споруди, які ніяким чином не використовуються. Вони десятками років просто пустують, а з рештою перетворюються у розвалини, які залишаються непотрібними ні державі, ні громаді села, ні окремим його жителям. За кордоном же існує багато прикладів, коли покинуті приміщення відновлюють, створюють із них офісні центри або інші робочі приміщення, де працевлаштовують людей з певними особливостями. А прибутки, які отримують такі підприємства, витрачаються на вирішення саме місцевих проблем.

Взагалі найголовнішою можливістю для створення соціального підприємства є відсутність закону, який регулює соціальне підприємництво. А це означає, що соціальне підприємство в змозі працювати так, як це не забороняє чинне законодавство нашої країни.

Важливим моментом, про який варто наголосити, є те, що соціальні підприємства, якою б різноманітною не була їх діяльність, мають підтримку та допомогу з боку міжнародних фондів та організацій. Тобто, якщо надати роботу внутрішньо переміщеним особам або особам, які зазнали наслідків

конфлікту, підтримку такому підприємству надасть Міжнародна організація з міграції. Таких організацій є досить багато. Не усі з них зможуть надати ресурси на створення соціального підприємства, але вони можуть надати іншу допомогу.

Незважаючи на те, що така форма бізнесу, який приносить чималу користь суспільству, не має в нашій країні офіційного статусу і не ведеться чисельність таких підприємств, за підрахунками експертів в Україні діє вже до 100 таких проектів. В загальному соціальні підприємства нічим не відрізняються від звичайних підприємств. Тут можна виокремити лише одну особливість – це те, що в статуті такого підприємства обов'язково вказується певний відсоток від прибутку, який підприємство витрачає на соціальні потреби.

У селі ж створювати таке підприємство досить вигідно, це можна пояснити тим, що:

1. У селі живе досить багато людей, які хочуть і можуть працювати, але не мають де;
2. Також у селі є багато споруд, які ніяким чином не використовуються;
3. Якщо купувати земельну ділянку під будівництво такого підприємства, то у сільській місцевості це вийде значно дешевше ніж у місті;

Створення соціального підприємства у селі може призвести до багатьох позитивних наслідків:

1. Допомога при вирішенні соціальних проблем громади;
2. Підняття рівня села на вищу сходинку в економіці;
3. Певною мірою подолання безробіття у селі;
4. Отримання прибутку.

Отже, хочеться зазначити, що соціальні підприємства – це досить велика можливість як для тих, хто хоче мати власну справу та вносити свою частку у вирішення соціальних проблем, для тих груп населення, які мають певні обмеження, але мають бажання працювати, так і для населення, особливо, сільського. Адже саме у сільській місцевості найлегше усе це поєднати. І до того ж, село – це та місцевість, яка найбільше потребує таких змін.

Список використаної літератури

1. Про соціальні підприємства: Проект Закону України №10610 від 14.06.2012 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=10610&skl=7

Наукове видання

СЕРІЯ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ»

УКРАЇНА – ТЕРИТОРІЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Збірник матеріалів
міжнародної інтернет-конференції
«Економічні перспективи підприємництва в Україні»

У двох частинах

Частина 2

27–28 жовтня

Відповідальний за випуск В. В. Гурочкіна

Матеріали друкуються в авторській редакції.

Здано до друку 20.11.2017. Формат 60×84/16.
Папір офсетний № 1. Гарнітура «Times New Roman».
Друк. арк. 28.56
Тираж 300 примірників. Замовлення № 667.

Підготовлено до друку Видавничо-поліграфічним центром
Університету ДФС України, 08200, вул. Університетська, 31,
м. Ірпінь, Київська область, Україна

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготовлювачів і
розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 5104 від 20.05.2016